

**IDENTIFIKASI POLA DISTRIBUSI TATA NIAGA
DALAM PEMBENTUKAN HARGA BAWANG MERAH
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten
Nganjuk)**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

**Ayu Wandira
145020501111034**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018**

**THE DISTRIBUTION PATTERN OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN DETERMINING THE PRICE OF
SHALLOT: ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE
(A Study in Sukomoro District, Nganjuk Regency)**

MINOR THESIS

**By:
Ayu Wandira
145020501111034**

**Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Attainment of the Degree of *Bachelor of Economics***



**DEPARTMENT OF ECONOMICS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF BRAWIJAYA
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"Identifikasi Pola Distribusi Tata Niaga Dalam Pembentukan Harga Bawang Merah Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk)

Yang disusun oleh :

Nama : Ayu Wandira
NIM : 145020501111034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **09 Juli 2018** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Ajeng Wahyu Puspitasari, SE., MA.
NIP. 2013048605212001
(Dosen Pembimbing)
2. Dr. Multifiah, SE., MS.
NIP. 195505271981032001
(Dosen Penguji I)
3. Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D
NIP. 197009221995121002
(Dosen Penguji II)

Malang, 12 Juli 2018
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam

Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D
NIP. 197009221995121002

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :

**IDENTIFIKASI POLA DISTRIBUSI TATA NIAGA DALAM PEMBENTUKAN
HARGA BAWANG MERAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di
Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk)**

Yang disusun oleh :

Nama : Ayu Wandira
NIM : 145020501111034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diajukan dalam Ujian Komprehensif.

**Ketua Program Studi
Ekonomi Islam**



Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002

**Malang, 28 Mei 2018
Mengetahui,**

Dosen Pembimbing,

Ajeng Wahyu Puspitasari, SE., MA.
NIP. 2013048605212001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Ayu Wandira
Tempat, tanggal lahir : Nganjuk, 17 April 1996
NIM : 145020501111034
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Alamat : Jln. Joyoraharjo Gang 5 No. 135

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

**IDENTIFIKASI POLA DISTRIBUSI TATA NIAGA DALAM PEMBENTUKAN HARGA
BAWANG MERAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Kecamatan Sukomoro,
Kabupaten Nganjuk)**

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Ajeng Wahyu Puspitasari, SE., MA.
NIP. 2013048605212001

Malang, 28 Mei 2018

Yang membuat pernyataan,



Ayu Wandira
NIM. 145020501111034

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam,

Arif Moetoro, SE., MT., Ph.D.
NIP. 197009221995121002



RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

- Nama Lengkap : Ayu Wandira
- Tempat dan Tanggal Lahir : Nganjuk, 17 April 1996
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Agama : Islam
- Status : Belum Menikah
- Kewarganegaraan : Indonesia
- Tinggi/ Berat Badan : 157 cm / 53 kg
- Email : ayuwandira858@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

- 2002 – 2008 : SDN Bagor Wetan II
- 2008 – 2011 : Mts. Bahrul Ulum Rejoso
- 2011 – 2014 : SMAN 1 Gondang
- 2014 – 2018 : Universitas Brawijaya

PENGALAMAN ORGANISASI

- Bendahara I UKM Perisai Diri Universitas Brawijaya (2016)
- Staff Anggota Networking Departemen Mahasiswa Wirausaha (2016)
- Bendahara II UKM Perisai Diri Universitas Brawijaya (2017)

PENGALAMAN KEPANITIAAN

- Staff Humas Be Smart (2015)
- Staff Divisi Konsumsi Raja Brawijaya (2015)
- Staff Divisi Transkoper Festival Karya Brawijaya (2016)
- Staff Divisi Konsumsi Politika Brawijaya (2016)
- Bendahara Latihan Alam dan Pelantikan Perisai Diri Brawijaya (2017)
- Bendahara Diklat Pengurus Perisai Diri Universitas Brawijaya (2018)

KATA PENGANTAR

Puji syukur tidak lupa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Identifikasi Pola Distribusi Tata Niaga Dalam Pembentukan Harga Bawang Merah Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk)”** dengan tepat waktu. Sholawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa memberikan syafaat dan hidayahnya.

Skripsi ini diajukan dalam rangka untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu antara lain :

1. Ibu Ajeng Wahyu Puspitasari, SE. MA, selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan masukan dan saran, serta yang selalu sabar dalam memberikan petunjuk atau arahan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Keluargaku tercinta, bapak Sukiran dan Ibu Nyami, yang selalu memberikan dukungan dan doa.
3. Narasumber bapak-bapak petani, tengkulak, dan Dinas Pertanian Kecamatan Sukomoro, yang telah memberikan kesediannya untuk menjadi informan penelitian dan memberikan bantuan terkait data-data yang dibutuhkan dalam penelitian skripsi ini.
4. Keluarga UKM Perisai Diri Universitas Brawijaya yang telah memberikan semangat.

5. Teman-teman segrup FIX TAKEN (Rini dan Putri), Dosen FEB 2022, yang telah senantiasa memberikan dukungan semangat agar terselesaikannya skripsi dengan cepat.
6. Sahabat-sahabat semasa diperkuliahan yaitu, Naim, Siti Maesarah, Erfita, Nida, Danti, Indri, Nurma, Nisa, Mutia, Ulvina, Lakshita, Nindya yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
7. Teman-temanku SMA yaitu : Luthfi Khoirina, Wariyanti, Berliana, Ike, Mei, Eny yang telah memberikan semangat dan dukungan.
8. Teman-temanku SD yang telah memberikan semangat.
9. Pihak-pihak lain yang terlibat dalam terselesainya skripsi ini.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis menyadari banyak kesalahan dalam pembuatan ini, sehingga penulis mohon maaf dan semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi banyak orang yang membacanya.

Malang, 9 Juli 2018
Penulis,

Ayu Wandira

NIM. 145020501111034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
COVER BAHASA INGGRIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Kondisi Sektor Pertanian Indonesia	18
2.1.1 Pengertian Pertanian	18
2.1.2 Karakteristik Komoditas Pertanian Holtikultura	20
2.1.3 Karakteristik Komoditas Bawang Merah	22
2.2 Teori Ekonomi Kelembagaan	23
2.3 Teori Tata Niaga	26
2.4 Teori Permintaan dan Penawaran	28
2.4.1 Permintaan dan Penawaran Konvensional	28
2.4.2 Permintaan dan Penawaran Islam	31
2.5 Teori Fluktuasi Harga	32
2.6 Teori Pembentukan Harga	34
2.6.1 Teori Pembentukan Harga Konvensional	34
2.6.2 Teori Pembentukan Harga Menurut Islam	38
2.7 Penelitian Terdahulu	41
2.8 Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Pendekatan Penelitian	49
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	50
3.4 Unit Analisis dan Informan Penelitian	51
3.5 Jenis dan Sumber Data	51
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.8 Validasi Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
4.1.1 Kabupaten Nganjuk	57
4.1.2 Kecamatan Sukomoro	
4.2 Pola Tataniaga Distribusi Bawang Merah di Kecamatan Sukomoro	60
4.2.1 Pola Pertama (Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen)	62
4.2.2 Pola Kedua (Petani → Tengkulak → Pengecer → Konsumen)	66

4.2.3 Pola Ketiga (Petani → Tengkulak → Pedagang Pengepul → Konsumen)	72
4.2.4 Pola Keempat (Petani → Konsumen)	76
4.3 Permasalahan Kelembagaan Tataniaga	80
4.4 Ringkasan Hasil Penelitian	82
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Domestik Bruto Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2004-2016 (Tahun Dasar 2010)	2
Tabel 1.2 Nilai Ekspor Komoditas Pertanian Holtikultura Tahun 2015	3
Tabel 1.3 Produksi Sayuran di Indonesia Tahun 2015-2016	4
Tabel 1.4 Produksi Tanaman Sayuran Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk Tahun 2016	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 4.1 Luas Panen dan Produksi Bawang Merah di Kecamatan Sukomoro Tahun 2017	58
Tabel 4.2 Daftar Kelompok Tani di Kecamatan Sukomoro	59
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Penelitian	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Sentra Produksi Bawang Merah di Indonesia Tahun 2011-2015	6
Gambar 1.2 Kabupaten Sentra Produksi Bawang Merah di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014	7
Gambar 2.1 Potongan Permintaan dan Penawaran Menurut Marshall	30
Gambar 2.2 Kurva <i>Price Floor</i>	36
Gambar 2.3 Kurva <i>Price Ceiling</i>	37
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Pola Tataniaga Pertama	63
Gambar 4.2 Pola Tataniaga Kedua	67
Gambar 4.3 Pola Tataniaga Ketiga	72
Gambar 4.4 Prosentase Alternatif Penjualan Petani	73
Gambar 4.5 Pola Tataniaga Keempat	76
Gambar 4.6 Tujuan Penjualan Petani	78

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola distribusi tata niaga bawang merah dan bagaimana proses pembentukan harga pada setiap pola distribusi yang telah ada dalam sudut pandang ekonomi Islam di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini berdasarkan atas teori ekonomi kelembagaan, teori tata niaga, teori produksi, teori fluktuasi harga, teori permintaan dan penawaran, dan teori pembentukan harga baik dari segi konvensional dan dari segi perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang menggunakan informan penelitian dimana informan utama adalah petani, dan informan pendukung adalah pedagang bawang merah yang ada di daerah Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk. Kesimpulan dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perlunya pola distribusi yang efisien bagi petani dimana petani mendapatkan keuntungan yang sesuai dan konsumen sebagai pembeli akhir juga mendapatkan keuntungan sesuai dengan apa yang dibayarkannya, sehingga akan tercipta harga yang adil. Dalam hal ini, apabila dilihat dari segi kelembagaan maka harga yang adil bagi petani adalah pada pola keempat dimana petani langsung mendistribusikan hasil pertaniannya langsung kepada konsumen. Pada penelitian ini juga menjelaskan bahwa panjangnya pola distribusi, keterbatasan modal, dan timbulnya biaya transaksi merupakan faktor penyebab penerimaan harga yang didapatkan oleh petani menjadi rendah.

Kata kunci: tata niaga bawang merah, pola distribusi bawang merah, pembentukan harga bawang merah

ABSTRACT

This study aims to determine the pattern of distribution of red onion trading system and how the process of price formation on each distribution pattern that already exist in the viewpoint of Islamic economics in Sukomoro District, Nganjuk regency. This study is based on institutional economic theory, commercial theory, production theory, price fluctuation theory, demand and supply theory, and the theory of price formation both in terms of conventional and in terms of Islamic economic perspective. This research is descriptive qualitative research by using case study approach which use informant research where main informant is farmer, and supporting informant is onion merchant in area Sukomoro District, Nganjuk Regency. The conclusion of the results of this study explains that the need for an efficient distribution pattern for farmers where farmers get a matching profit and consumers as end buyers also get benefits in accordance with what he paid, so that will create a fair price. In this case, when viewed from an institutional perspective then the fair price for farmers is in the fourth pattern where farmers directly distribute their agricultural products directly to consumers. In this study also explains that the length of distribution patterns, capital limitations, and the incidence of transaction costs is a factor causing the acceptance of prices obtained by farmers to be low.

Keywords: onion trade system, onion distribution pattern, price formation of onion



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Zainal Azam (2005) seorang cendekiawan Islam, kegiatan pertanian menjadi *fardhu kifayah* karena manfaatnya lebih besar daripada manfaat pribadi. Kebanyakan *fuqaha* Islam menjelaskan manfaat pertanian lebih meluas dan menjangkau kehidupan rakyat sebagai bidang yang membekalkan makanan kepada umat. Seperti firman Allah dalam surah Abasa ayat 27-32 :

فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا ۖ وَعِنَبًا وَقَضْبًا ۖ وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا ۖ وَحَدَائِقَ غُلْبًا ۖ وَفَيْكِهَةً وَأَبًّا ۖ
مَتَاعًا لَّكُمْ وَلِأَنْعَامِكُمْ ۚ

"Lalu Kami tumbuhkan biji-bijian di bumi itu (27), Dan anggur dan sayur-sayuran (28), Dan zaitun dan kurma (29), kebun-kebun (yang) lebat (30), Dan buah-buahan serta rumput-rumputan (31), Untuk kesenanganmu dan untuk binatang-binatang ternakmu (32)".

Pertanian merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia, mengingat Indonesia merupakan negara agraris dengan potensi pertanian yang sangat tinggi dan mampu menyerap 75% tenaga kerja di pedesaan (Pusat Data dan System Informasi Pertanian, 2013).

Peranan sektor pertanian dalam menyumbang PDB nasional Indonesia dari tahun ke tahun semakin menurun karena pertumbuhan di sektor nonpertanian yang relatif lebih cepat dari pertumbuhan sektor pertanian. Pada tahun 2014 sumbangan sektor pertanian terhadap PDB adalah sekitar 13,38% sedangkan di tahun 2016 kontribusi PDB sektor pertanian (di luar perikanan dan

kehutanan) terhadap PDB mengalami penurunan mencapai 10,21% (Badan Pusat Statistik, 2016).

Tabel 1.1 Produksi Domestik Bruto Atas Dasar Harga Konstan, Tahun 2004-2016 (Tahun Dasar 2010)

No	Lapangan Usaha	Tahun			Pertumbuhan 2016 terhadap 2015 (%)
		2014	2015 *)	2016 **)	
	Pertanian dalam arti luas	1129052,7	1171578,7	1209687,2	3,25
1	Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	880389,5	906804,5	935455,1	3,16
	a. Tanaman Pangan	268426,9	280018,8	287100,7	2,53
	b. Tanaman Hortikultura	124300,9	127110	130527,1	2,69
	c. Tanaman Perkebunan	338502,2	345164,9	357234,8	3,5
	d. Peternakan	132221,1	136936,4	142459,6	4,03
	e. Jasa Pertanian dan Perburuan	16938,4	17574,4	18132,9	3,18
2	Kehutanan dan Penebangan Kayu	59573,5	60757,4	59708,9	-1,73
3	Perikanan	189089,7	204016,8	214532,2	5,15
	PDB Nasional	8.564.866,60	8.982.511,30	9.433.034,40	5,02

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2016

Keterangan : *Angka Sementara

**Angka Sangat Sementara

Berdasarkan tabel 1.1, pada tahun 2016 PDB sektor pertanian dalam arti sempit tumbuh sebesar 3,16%. Pertumbuhan tersebut berasal dari sub sektor peternakan (4,03%), disusul dengan sub sektor perkebunan (3,50%), jasa pertanian dan perburuan (3,18%), sub sektor tanaman hortikultura (2,69%) dan sub sektor tanaman pangan (2,53%). Kontribusi PDB sektor pertanian (di luar

perikanan dan kehutanan) terhadap PDB nasional pada Tahun 2016 tersebut mencapai 10,21%.

Andalan utama ekspor sub holtikutura sayuran pada tahun 2015 adalah kubis/kol sebesar (40.008 ton), selanjutnya diposisi kedua yaitu cabe sebesar (14.889 ton), ketiga ada bawang merah sebesar (8.418 ton), dan komoditas sayuran lainnya. Namun, apabila dilihat dari pertumbuhan ekspor tahun 2014 ke tahun 2015, yang memiliki pertumbuhan paling besar yaitu komoditas bawang merah sebesar 89,65% (Statistik Pertanian, 2016).

Tabel 1.2 Nilai Ekspor Komoditas Pertanian Holtikutura Tahun 2015

No	Komoditas	Tahun (ton)		Pertumbuhan 2014 ke 2015 (%)
		2014	2015	
	A. SAYURAN			
1	Bawang Merah	4.439	8.418	89,65
2	Bawang Putih	301	248	-17,53
3	Bawang Bombay	1.555	1.631	4,89
4	Kentang	6.535	7.142	9,29
5	Tomat	1.598	1.257	-21,35
6	Bunga Kol dan Brokoli	449	1	-99,74
7	Kubis/Kol	25.817	40.008	54,97
8	Kacang Kapri	47	67	43,06
9	Cabe	12.125	14.889	22,79

Sumber : Data Diolah Pusdatin, 2016

Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data Statistik Pertanian Holtikultura (2016), total produksi sayuran dari tahun ke tahun cenderung meningkat. Adapun jenis sayuran yang diproduksi di Indonesia adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3 Produksi Sayuran di Indonesia Tahun 2015-2016

No	Komoditas	Tahun (ton)		Pertumbuhan 2016 terhadap 2015 (%)
		2015	2016	
1	Bawang Merah	1.299.184	1.466.860	17,71
2	Bawang Putih	20.295	21.150	4,21
3	Bawang Daun	512.486	537.921	4,96
4	Kentang	1.219.270	1.213.038	-0,51
5	Kubis	1.443.232	1.513.315	4,86
6	Kembang Kol	118.388	142.844	20,66
7	Sawi	600.188	601.198	0,17
8	Wortel	522.520	537.521	2,87
9	Lobak	21.475	19.478	-9,3
10	Kacang Merah	42.384	37.165	-12,31
11	Kacang Panjang	395.514	388.056	-1,89
12	Cabe Besar	1.045.182	1.045.587	0,04
13	Cabe Rawit	869.938	915.988	5,29
14	Prapika	5.655	5.254	-7,08
15	Jamur	3.348.464	40.914	-98,78
16	Tomat	877.792	883.233	0,62
17	Terung	514.320	509.727	-0,89
18	Buncis	291.314	275.509	-5,43
19	Ketimun	447.677	430.301	-3,9
20	Labu Siam	431.203	603.314	39,91
21	Kangkung	305.071	297.112	-2,61
22	Bayam	150.085	160.247	6,77

Sumber : Berbagai Sumber Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 1.3 terdapat lima jenis sayuran yang memberikan kontribusi produksi terbesar terhadap total produksi sayuran di Indonesia pada tahun 2015-2016, yaitu : Labu siam (39,91%), kembang kol (20,66%), bawang merah (17,71%), bayam (6,77%), dan cabe rawit (5,29%). Bawang merah merupakan komoditas sayuran hortikultura terbesar ketiga yang memberikan kontribusi terhadap produksi sayuran di Indonesia.

Menurut Badan Litbang pertanian (2006) menyebutkan bahwa bawang merah merupakan salah satu komoditi sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif. Komoditi sayuran ini termasuk kedalam

kelompok rempah tidak bersubstitusi yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta bahan obat tradisional. Komoditi ini juga merupakan sumber pendapatan dan kesempatan kerja yang memberikan kontribusi cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi wilayah Jawa Timur.

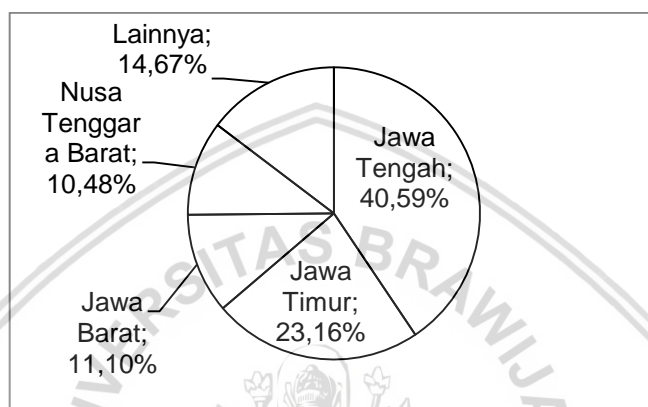
Menurut Putrasamedja dan Suwandi (1996) bawang merah (*Allium Cepa*) menurut sejarah awalnya tanaman ini memiliki hubungan erat dengan bawang bombay (*Allium Cepa.L*), yaitu merupakan salah satu bentuk tanaman hasil seleksi yang terjadi secara alami terhadap varian-varian dalam populasi bawang bombay. Sistem budidaya bawang merah dari cara-cara tradisional yang bersifat subsisten ke cara budidaya intensif dan berorientasi pasar.

Menurut Rachmad *et al*, (2012) produsen dan konsumen bawang merah terbesar di dunia adalah Indonesia. Beberapa negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Thailand, Philipina juga mengkonsumsi bawang merah namun tidak sebanyak masyarakat Indonesia. Permintaan bawang merah cenderung merata setiap saat sementara produksi bawang merah bersifat musiman. Penyediaan bawang merah selama ini dapat dipenuhi dari produksi dalam negeri, namun karena adanya gap antara pasokan dan permintaan, maka suatu waktu Indonesia mengimpor bawang merah, dan pada waktu lain juga mengeksport menjadi negara eksportir.

Bawang merah dihasilkan hampir diseluruh Indonesia. Berdasarkan rata-rata produksi bawang merah pada periode tahun 2011-2015, ada empat provinsi sentra produksi bawang merah yaitu, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, dan Nusa Tenggara Barat. Keempat provinsi sentra ini memberikan kontribusi sebesar 85,33% terhadap rata-rata produksi bawang merah di Indonesia. Provinsi Jawa Tengah memberikan kontribusi sebesar 40,53% dengan rata-rata produksi sebesar 432.813 ton.

Provinsi kedua adalah Jawa Timur dengan kontribusi sebesar 23,16% dengan rata-rata produksi 246.927 ton. Provinsi berikutnya adalah Jawa Barat dan Nusa Tenggara Barat dengan kontribusi masing-masing sebesar 11,10% dan 10,48%. Sisanya yaitu 14,67% berasal dari kontribusi provinsi lainnya.

Gambar 1.1 Provinsi Sentra Produksi Bawang Merah di Indonesia Tahun 2011-2015



Sumber : Pusat Data dan Sumber Informasi Pertanian, 2016

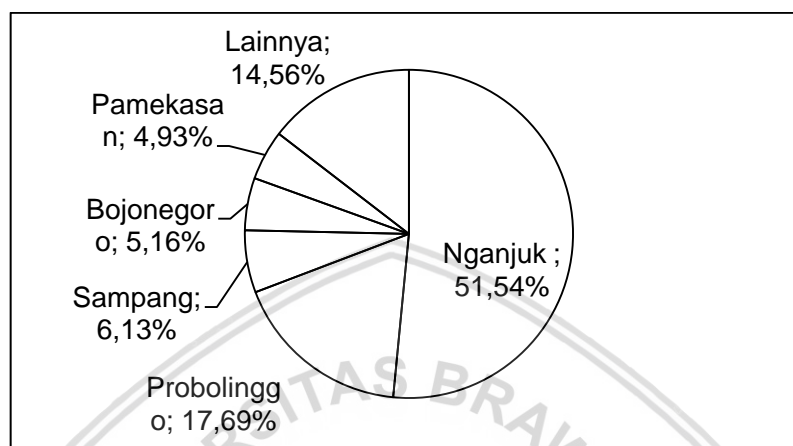
Jika dilihat selama tiga tahun terakhir (2013-2015) perkembangan produksi bawang merah di provinsi sentra cenderung tetap didominasi oleh Jawa Tengah di urutan pertama, diikuti oleh Jawa Timur, Jawa Barat, dan Nusa Tenggara Barat. Hal ini menunjukkan bahwa penyumbang produksi bawang merah di Indonesia cenderung tetap selama periode tahun 2013-2015.

Jawa Timur merupakan provinsi dengan produksi bawang merah terbesar kedua di Indonesia. Sebaran produksi bawang merah terbesar di Jawa Timur pada tahun 2014 terdapat di lima kabupaten. Kabupaten dengan produksi bawang merah terbanyak adalah Kabupaten Nganjuk berkontribusi sebesar 51,54% dari total produksi bawang merah Provinsi Jawa Timur.

Kabupaten penghasil bawang merah terbesar lainnya di Jawa Timur adalah Kabupaten Probolinggo dengan produksi sebesar 17,69%, Kabupaten Sampang 6,13%, Kabupaten Bojonegoro sebesar 5,16%, dan Kabupaten

Pamekasan sebesar 4,93%. Sedangkan sisanya sebesar 14,56% merupakan kontribusi dari kabupaten lainnya.

Gambar 1.2 Kabupaten Sentra Produksi Bawang Merah di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014



Sumber : Pusat Data dan Sumber Informasi Pertanian, 2016

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten dengan potensi pertanian yang dominan, dengan wilayah pertanian sebesar 43.026 ha dan memiliki jumlah rumah tangga tani sebesar 75% dari total rumah tangga di Kabupaten Nganjuk. Peranan pertanian yang dominan tersebut dapat dilihat dari struktur PDRB Kabupaten Nganjuk yakni sebesar 28.14% (Dirjen Otonomi Daerah, 2013).

Kabupaten Nganjuk sebagai sentral penghasil tanaman sayuran khususnya bawang merah, pada tahun 2014 ini mengalami kenaikan produksi sebesar 17,19% bila dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 119,660.1 ton pada tahun 2013 menjadi 140,229.0 ton pada tahun 2014. Di musim kemarau tanaman bawang merah sangat cocok untuk dibudidayakan dan tentunya produksinya melimpah (Statistik Kabupaten Nganjuk, 2015).

Tabel 1.4 Produksi Tanaman Sayuran Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk Tahun 2016

No	Kecamatan	Produksi Bawang Merah (ton)
1	Sawahan	1.400
2	Ngetos	281
3	Berbek	-
4	Loceret	433
5	Pace	330
6	Tanjunganom	1.160
7	Prambon	21
8	Ngronggot	163
9	Kertosono	-
10	Patianrowo	-
11	Baron	228
12	Gondang	290.045
13	Sukomoro	164.716
14	Nganjuk	58.241
15	Bagor	315.458
16	Wilangan	107.850
17	Rejoso	399.029
18	Ngluyu	15.408
19	Lengkong	1.329
20	Jatikalen	386
Jumlah/Total 2016		1.356.478
2015		136.151
2014		140.229
2013		119.660

Sumber : Data Diolah Dinas Pertanian, 2017

Berdasarkan tabel 1.4 terdapat lima Kecamatan yang merupakan pusat produksi bawang merah di Kabupaten Nganjuk, yaitu Kecamatan Rejoso (399.029 ton) di urutan pertama, kemudian disusul penghasil bawang merah terbesar kedua di Kabupaten Nganjuk yaitu Kecamatan Bagor (315.458), Kecamatan Gondang (290.045 ton), Kecamatan Sukomoro (164.716 ton), dan Kecamatan Wilangan (107.850 ton).

Berdasarkan fakta dilapangan Kecamatan Sukomoro direkomendasikan sebagai pusat agropolitan mengingat wilayah ini merupakan pusat komoditas unggulan Kabupaten Nganjuk, yaitu bawang merah. Selain itu juga telah dibangun pusat agribisnis berupa pasar bawang merah di Kecamatan Sukomoro, sehingga Kecamatan sukomoro dijuluki sebagai penghasil bawang merah terbesar kedua tingkat nasional setelah Kecamatan Brebes, Jawa Tengah (*Masterplane Kawasan Agropolitan Kabupaten Nganjuk*, 2013).

Adanya peningkatan akan produksi bawang merah dalam memenuhi kebutuhan bawang merah di Nganjuk, belum diimbangi dengan adanya regulasi yang khusus yang mengatur tentang tata niaga bawang merah di Kabupaten Nganjuk, sehingga menimbulkan berbagai masalah. Selain adanya bawang merah impor, ketimpangan harga ditingkat petani dan pedagang atau tengkulak juga menjadi permasalahan. Petani tidak mempunyai nilai tambah karena harga dikuasai oleh pedagang dan harga untuk bawang merah tidak memiliki ketetapan, dimana dalam hitungan jam saja bisa naik atau turun.

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga tersebut (Rahardi, 2000).

Teori ekonomi kelembagaan merupakan pemekaran dari teori biaya transaksi yang muncul akibat kegagalan pasar (Yeger, 1999). Pandangan neoklasik menganggap pasar berjalan secara sempurna tanpa biaya apapun karena pembeli memiliki informasi yang sempurna dan penjual saling berkompetisi sehingga menghasilkan harga yang rendah (Stone *et al*,1996).

Akan tetapi, pada kenyataan faktanya adalah sebaliknya, dimana informasi, kompetisi, sistem kontrak, dan proses jual beli dapat sangat asimetris.

Menurut Mburu (2002), biaya transaksi dapat juga diartikan untuk memasukkan tiga kategori yang lebih luas, yaitu : (1) biaya pencarian informasi, (2) biaya negosiasi (*bargaining*) dan keputusan untuk mengeksekusi kontrak, (3) biaya pengawasan, pemaksaan, dan pemenuhan/pelaksanaan. Secara lebih detail proses *bargaining* sendiri dapat sangat panjang dan memakan biaya. Seluruh pelaku pertukaran harus melakukan tawar menawar antara satu sama lain.

Biaya informasi menurut Baye (2010) adalah setiap biaya yang dikeluarkan dalam sebuah usaha untuk mendapatkan informasi mengenai kepentingan usaha, misalnya informasi harga, informasi budidaya, ataupun informasi mengenai sumber pembiayaan. Berdasarkan fakta dilapangan, tidak semua petani bawang merah dapat mengakses atau mengetahui harga bawang merah. Keterbatasan informasi harga yang didapatkan petani menjadikan petani cenderung pasrah dengan harga yang diberikan tengkulak untuk membeli hasil pertaniannya.

Biaya negosiasi adalah biaya yang dikeluarkan saat melakukan negosiasi diajak bekerjasama (Baye, 2010). Dalam hal penetapan harga, diketahui bahwa harga bawang merah ditetapkan berdasarkan negosiasi antara individu pedagang dan petani tanpa adanya lembaga pemasaran formal yang berperan dalam penetapan maupun kontrol harga.

Menurut Coase dalam Moss (2013), biaya pelaksanaan adalah biaya yang dikeluarkan untuk setiap kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan fakta dilapangan, biaya pelaksanaan dalam pertanian bawang merah meliputi biaya pada masa tanam sampai waktu panen, seperti : biaya pembelian bibit bawang merah, biaya perawatan (misalnya : biaya menyinggahi rumput liar, biaya

pengendalian hama, dan lain sebagainya), biaya pengairan lahan, dan biaya pengangkutan ketika panen.

Berdasarkan fakta lapangan pola distribusi barang melalui tata niaga dalam komoditi bawang merah di daerah Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk terbentuk dari beberapa lembaga diantaranya petani, tengkulak, pedagang besar, pengecer, pedagang pengepul, pasar, dan konsumen dengan alur tata niaga yang telah ada di daerah Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk sebagai berikut:

- (1) Petani - tengkulak - pedagang besar - pengecer - konsumen
- (2) Petani - tengkulak - pengecer- konsumen
- (3) Petani - tengkulak - pedagang pengepul - konsumen
- (4) Petani - konsumen

Tengkulak dan pedagang besar pada umumnya menguasai tataniaga bawang merah, sehingga *farmer's share* relatif kecil dibanding dengan pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul seperti tengkulak dan pedagang besar dapat mengendalikan harga karena *bargaining power* petani yang rendah. Para pedagang umumnya memiliki gudang penyimpanan sehingga pada saat harga jatuh di musim panen raya masih dapat dikendalikan dengan menyimpan bawang merah digudang (Brahmantyo dan Sukanto, 2014).

Adanya pedagang perantara (tengkulak dan pedagang pengumpul) akan menurunkan kontribusi harga petani karena tengkulak akan menekan harga beli di tingkat petani, sedangkan pedagang pengumpul akan menekan harga beli ditingkat tengkulak dan melepas dengan harga relatif tinggi kepada pengecer (Titis, 2008). Penyalahgunaan kekuatan pasar disebabkan oleh adanya perbedaan posisi *bargaining power* yang rendah antara petani dan pedagang perantara dalam menentukan harga.

Posisi *bargaining power* yang rendah ini menurut ekonomi kelembagaan disebabkan oleh keterbatasan informasi yaitu suatu kondisi dimana informasi tidak simetris (*information asymmetry*) karena salah satu pelaku transaksi mempunyai pengetahuan yang lebih banyak ketimbang pelaku lain (Bickenbach *et al*, 1999). Keberadaan tengkulak berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah, dikarenakan kebanyakan petani yang memilih menjual bawang merah langsung ke tengkulak untuk meminimalisir biaya produksi yang ditimbulkan.

Selain asimetris informasi, dikarenakan keterbatasan petani yang tidak memiliki gudang penyimpanan bawang merah dan untuk meminimalisir biaya produksi, maka petani terpaksa melepas bawang merah dengan harga yang ditentukan pedagang agar resiko kerugian yang dialami petani pun sedikit. Misalnya, pada harian Suara Merdeka yang terbit 13 Oktober 2013 harga bawang merah ditingkat petani Rp 11.935 per kilogram sedangkan harga bawang merah di pasaran Rp 25.700 per kilogram. Pada pemberitaan tersebut terlihat margin harga yang begitu besar antara petani sampai pedagang eceran yang menjual bawang merah secara langsung ke konsumen akhir, terdapat perbedaan harga sebesar Rp 13.705 per kilogram (Harian Suara Merdeka, 2013).

Besarnya margin harga dipengaruhi oleh banyaknya pelaku tataniaga (pedagang) yang terlibat, semakin banyak tingkat pedagang yang terlibat maka margin harga antara petani dan eceran cenderung semakin besar (Brahmantyo dan Sukanto, 2014).

Rachman (1997) mengungkapkan rata-rata perubahan harga ditigkat produsen lebih rendah dari rata-rata perubahan harga ditingkat pengecer, sehingga dapat dikatakan bahwa efek transmisi harga berjalan tidak sempurna. Diperlukan adanya pemasaran bawang merah yang efisien terhadap harga-harga bawang merah.

Harga pasar suatu komoditas dan jumlah yang diperjual belikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari komoditas tersebut. Harga pasar yang dimaksudkan adalah harga yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Sugiarto *et al* 2005). Pada dasarnya permintaan adalah keinginan yang disertai dengan ketersediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Jumlah permintaan adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap (*ceteris paribus*).

Penawaran adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu *ceteris paribus* (Gilarso, 2003). Pengertian permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) baru menunjukkan berbagai jumlah yang mau dibeli (Q_d) dan yang mau dijual (Q_s) pada berbagai kemungkinan harga (P). Demand sendiri dan supply sendiri (secara terpisah) belum menunjukkan berapa jumlah barang yang sungguh-sungguh diperjual belikan dan berapa sesungguhnya harga barang itu.

Harga pasar (P) dan jumlah barang yang diperjual belikan (Q) baru menjadi tertentu dalam “interaksi” antara permintaan dan penawaran, yaitu apabila permintaan dan penawaran dikombinasikan atau dipertemukan di pasar, dan bersama-sama menimbulkan peristiwa tawar-menawar, jual-beli dan harga (Gilarso, 2003). Harga komoditas pertanian cenderung tidak stabil atau fluktuatif mengikuti permintaan dan penawaran yang terjadi.

Menurut Kuswanto (1993) mekanisme harga dalam Islam adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara konsumen dan produsen baik dari pasar output (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi). Adapun harga diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu. Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayar untuk

objek yang sama diberikan, pada waktu dan tempat yang diserahkan barang tersebut.

Menurut Aquinas dalam Allen (1940), harga yang adil didefinisikan dengan harga kompetitif normal, yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh *supply* dan *demand*, tidak ada unsur spekulasi. Harga yang adil menurut Ibn Taymiyyah adalah:

السَّعْرُ الَّذِي يَبِيعُ بِهِ النَّاسُ, وَهُوَ مَا سَاغَ بِهِ مِثْلُ تِلْكَ السَّلْعَةِ فِي ذَلِكَ
الْمَكَانِ وَهَذَا الْبَيْعُ صَحِيحٌ¹¹

“Nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.”

Dalam *al-Hisbah*, Ibn Taymiyyah lebih memperjelas apa yang dimaksud dengan *Tsaman al-Mitsl*, yaitu:

فَإِذَا كَانَ النَّاسُ يَبِيعُونَ سَلْعَهُمْ عَلَى الْوَجْهِ الْمَعْرُوفِ مِنْ غَيْرِ ظُلْمٍ مِنْهُمْ
وَقَدْ ارْتَفَعَ السَّعْرُ إِمَّا لِقَلَّةِ الشَّيْءِ, وَإِمَّا لَكثَرَةِ الْخَلْقِ فَهَذَا إِلَى اللَّهِ, فَإِلْزَامُ
الْخَلْقِ أَنْ يَبِيعُوا بِقِيَمَةِ بَعِينِهَا إِكْرَاهٌ لَغَيْرِ حَقٍّ¹²

“Apabila orang-orang memperjualbelikan barang dagangannya dengan cara yang biasa dilakukan, tanpa ada pihak yang dizalimi kemudian harga mengalami kenaikan karena berkurangnya persediaan barang ataupun karena bertambahnya jumlah penduduk (permintaan), maka itu semata-mata karena Allah Swt. Dalam hal demikian, memaksa para pedagang untuk menjual barang dagangannya pada harga tertentu merupakan tindakan pemaksaan yang tidak dapat dibenarkan”.

Disisi lain, Karim (2002) menambahkan dalam hal harga para ahli fiqh merumuskannya sebagai *the price of equivalen* (harga padan). Konsep harga padan ini mempunyai implikasi penting dalam ilmu ekonomi, yaitu keadaan pasar yang kompetitif. Dalam konsep ini monopoli atau oligopoli dalam artian hanya penjual atau beberapa penjual tidak dilarang keberadaanya, selama mereka tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan normal.

Perbuatan monopoli terhadap kebutuhan-kebutuhan manusia, menjadi hal yang ditentang oleh Ibn Taymiyyah. Jika ada sekelompok masyarakat melakukan monopoli, maka wajib bagi pemerintah untuk melakukan pengaturan (regulasi) terhadap harga. Hal ini dilakukan untuk menerapkan harga yang adil. Monopoli merupakan perbuatan yang tidak adil dan sangat merugikan orang lain, dan perbuatan tersebut adalah zalim, monopoli sama saja dengan menzalimi orang yang membutuhkan barang-barang kebutuhan yang dimonopoli (Shiddiqi, 1996).

Menurut Hendrieanto *et al* (2007), Al-Ghazali tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan banyak penekanan kepada etika dalam bisnis, dimana etika ini diturunkan dari nilai-nilai Islam. Keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang akan diperoleh di akhirat kelak. Al-Ghazali juga menyarankan adanya peran pemerintah dalam menjaga keamanan jalur perdagangan demi kelancaran perdagangan dan pertumbuhan ekonomi.

Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya (Islahi, 1997).

Oleh karena itu dengan penjelasan latar belakang diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian berkenaan dengan efisiensi pola distribusi tataniaga yang akan berpengaruh terhadap pembentukan harga bawang merah di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk beserta permasalahan – permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang **“Identifikasi Pola Distribusi Tata Niaga dalam Pembentukan Harga Bawang Merah Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik rumusan masalah “Bagaimana pola distribusi tata niaga dalam pembentukan harga bawang merah perspektif ekonomi Islam yang efisien di Kecamatan Sukomoro?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul serta latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui alur pola distribusi tataniaga dalam pembentukan harga bawang merah untuk meningkatkan pendapatan petani.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa ditimbulkan dalam penelitian ini yaitu penulis berharap agar memberikan manfaat untuk :

1. Manfaat Akademisi

Setelah mengetahui pola distribusi tataniaga bawang merah dalam pembentukan harga yang mana lebih efisien bagi petani, maka diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan tentang pola distribusi bawang merah yang efisien bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya bagi penulis.

2. Manfaat Praktisi

Agar masyarakat dapat mengetahui dan memahami pola distribusi bawang merah yang lebih efisien dalam pembentukan harga agar dapat meningkatkan pendapatan petani.

3. Manfaat Masyarakat :

Agar dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk masyarakat agar lebih efisien dalam memasarkan hasil bawang merah agar pendapatan usahatani mereka bertambah.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kondisi Sektor Pertanian Indonesia

Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, terutama dalam sumbangannya terhadap PDB, penyedia lapangan kerja dan penyedia pangan dalam negeri.

2.1.1 Pengertian Pertanian

Menurut Mubyanto (1995), pertanian dalam arti luas mencakup pertanian rakyat atau pertanian dalam arti sempit disebut perkebunan (termasuk didalamnya perkebunan rakyat dan perkebunan besar), kehutanan, peternakan, dan perikanan. Indonesia masih merupakan negara pertanian, artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari pertanian.

Dalam lima tahun terakhir, kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian nasional semakin nyata. Selama periode 2010-2014, rata-rata kontribusi sektor pertanian terhadap PDB mencapai 10,26 % dengan pertumbuhan sekitar 3,90 %. Sub-sektor perkebunan merupakan kontributor terbesar terhadap PDB sektor pertanian. Pada periode yang sama, sektor pertanian menyerap angkatan kerja terbesar walaupun ada kecenderungan menurun. Pada tahun 2014 sektor pertanian menyerap sekitar 35,76 juta atau sekitar 30,2 % dari total tenaga kerja.

Sektor pertanian Indonesia mempunyai beragam jenis subsektor, terdapat enam subsektor di Indonesia, yaitu :

1. Subsektor Tanaman Pangan

Subsektor tanaman pangan sering juga disebut sebagai subsektor pertanian rakyat. Hal ini dikarenakan biasanya rakyatlah yang mengusahakan sektor tanaman pangan, bukan perusahaan atau pemerintah. Sektor ini mencakup komoditas bahan makanan seperti : jagung, padi, ketela pohon, dan lain sebagainya.

2. Subsektor Tanaman Holtikultura

Subsektor tanaman holtikultura merupakan cara atau tehnik bercocok tanam menggunakan media kebun , sawah atau pekarangan rumah sebagai lahan. Tanaman holtikultura terbagi menjadi empat kelompok yaitu : (i) Sayuran, kategori sayuran yang termasuk dalam tanaman holtikultura adalah bawang merah, kobis, bayam, dan lain-lain. (ii) Buah-buahan, diantaranya mangga, pepaya, jambu, dan lain lain. (iii) Tanaman hias, seperti anggrek bulan, bunga melati, bunga tulip, dan lain sebagainya. (iv) Obat-obatan, jenis obat-obatan yang termasuk tanaman holtikultura adalah jahe, kunyit, lengkuas, dan lain sebagainya.

3. Subsektor Perkebunan

Salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan paling konsisten. Bebera contoh komoditas perkebunan adalah kelapa sawit, karet, kakao, dan lain sebagainya.

4. Subsektor Perhutanan

Subsektor kehutanan secara langsung dibawah naungan departemen kehutanan, berbeda dengan subsektor lainnya yang berada dibawah naungan departemen pertanian. Hasil utama subsektor kehutanan adalah kayu.

5. Subsektor Peternakan

Sembilan puluh persen sektor peternakan diusahakan oleh rakyat dan produksi telur serta daging berasal dari usaha peternakan rakyat, hanya sebesar sepuluh persen yang diusahakan oleh perusahaan-perusahaan.

6. Subsektor Perikanan

Budidaya subsektor perikanan dibedakan menjadi dua yaitu, perikanan darat dan perikanan laut. Subsektor perikanan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi peningkatannya yaitu, penambahan jumlah rumah tangga perikanan serta produktivitas jumlah rumah tangga perikanan yang berkembang.

2.1.2 Karakteristik Komoditas Pertanian Holtikultura

Tanaman hortikultura meliputi buah - buahan, sayuran, tanaman hias (florikultura), dan tanaman obat (biofarmaka). Berdasarkan Kepmentan Nomor 511/Kpts/PD.9/2006, komoditas hortikultura yang perlu ditangani adalah sebanyak 323 jenis komoditas yang terdiri dari buah - buahan 60 jenis, sayuran 80 jenis, tanaman hias 117 jenis, dan tanaman obat 66 jenis. Secara umum, sifat-sifat produk hortikultura adalah, sebagai berikut:

1. Mudah rusak (perishable).

Tanaman hortikultura merupakan produk tanaman yang dikenal mudah rusak, sehingga diperlukan suatu teknologi untuk mempertahankan mutu buah.

2. Resiko besar.

Tanaman hortikultura dengan sifat mudah rusak akan berpengaruh terhadap ketersediaan dan permintaan pasar, sehingga fluktuasi harga tinggi. Misalnya perubahan cuaca, adanya serangan hama atau penyakit tertentu akan mempengaruhi produksi baik kuantitas maupun kualitas.

3. Musiman

Tanaman hortikultura umumnya tanaman berumur panjang (perennial), sehingga berbuah adalah musiman yang berakibat tidak tersedia setiap saat. Pada musim berbuah umumnya produk melimpah, sehingga diperlukan suatu teknologi untuk dapat menampung produk tersebut.

4. Bulky

Hortikultura umumnya mempunyai kandungan air tinggi, sehingga memerlukan ruang besar atau perlakuan khusus di dalam transportasi maupun di penyimpanan. Hal tersebut akan menyebabkan biaya tinggi.

5. Spesialisasi geografi.

Tanaman buah dan sayuran membutuhkan agroklimat tertentu untuk menghasilkan buah dan sayuran dengan kuantitas dan kualitas tertentu. Misalnya: salak bali, jeruk siam madu karo, duku Palembang, rambutan binjai, dan sebagainya (Darius, 2009).

Komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan dan sayuran, merupakan komoditas strategis karena perannya dalam pencapaian Pola Pangan Harapan untuk memenuhi “gizi bermutu dan berimbang”. Komoditas hortikultura selain menjadi sumber karbohidrat, protein, dan lemak nabati, yang sangat penting adalah juga menjadi sumber vitamin, mineral, serat, antioksidan, senyawa yang berkhasiat obat, dan senyawa – senyawa berguna lainnya.

Produk hortikultura perlu selalu tersedia setiap saat dalam jumlah yang cukup, mutu yang baik, aman dikonsumsi, harga yang terjangkau, serta mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Usaha hortikultura mempunyai keunggulan karena mempunyai nilai ekonomi tinggi, jenisnya sangat beragam, ketersediaan sumber daya (alam, buatan dan manusia) dan teknologi pendukung, serta potensi pasar di dalam negeri maupun di luar negeri yang terus meningkat.

2.1.3 Karakteristik Komoditas Bawang Merah

Bawang merah adalah salah satu komoditas sayuran unggulan yang telah lama diusahakan oleh petani secara intensif. Bawang merah dapat dibudidayakan dengan dua jenis bahan tanam yaitu dengan cara vegetatif dan generatif. Cara vegetatif dengan menggunakan umbi. Pada umumnya, petani lebih menyukai menggunakan umbi sebagai bahan tanam karena penanamannya lebih mudah dan waktu panen lebih cepat yaitu 53-60 hari tergantung jenis varietasnya. Cara generatif yaitu menggunakan biji yang memiliki beberapa keuntungan antara lain : kebutuhan untuk tanam biji lebih sedikit, biaya penyediaan lebih murah, penyimpanan benih lebih mudah, umur simpan benih lama dapat ditanam saat dibutuhkan, mudah, dan murah untuk didistribusikan, variasi mutu benih rendah serta produktivitasnya tinggi (Jasmi *et al*, 2013).

Varietas dari bawang merah di Indonesia sangat banyak. Terdapat tujuh varietas unggul bawang merah yaitu varietas Menten, Katumi, Trisula, Maja Cipanas, Manjung, Sembrani, dan Bima Brebes. Diantaranya tiga varietas terpilih yang adaptif ditanam pada lahan gambut, yaitu Sembrani, Maja Cipanas, dan Bima Brebes. Berdasarkan uji organoleptik, varietas Manjung lebih disukai karena warnanya, varietas Bima Brebes lebih disukai karena aroma dan penampilan secara keseluruhan. Varietas lainnya Maja Cipanas dan Trisula kurang disukai dan hasil produksinya rendah (Destina, 2014).

Tanaman bawang merah dapat tumbuh baik pada saat musim kemarau akan tetapi harus cukup air. Secara umum tanah yang dapat ditanami bawang merah adalah tanah yang bertekstur remah, sedang sampai liat, gembur, *drainase* yang baik dan mengandung bahan organik banyak (Sugiharto, 2006). Ditanam di dataran rendah maupun dataran tinggi, yaitu pada ketinggian 0-1.000 m dpl. Ketinggian optimalnya adalah 0-400 m dpl, dengan iklim kering dan suhu udara antara 25-32°C, intensitas cahaya mencapai 70%.

2.2 Teori Ekonomi Kelembagaan

Ekonomi kelembagaan adalah cabang ilmu ekonomi yang mempelajari pengaruh dan peranan institusi formal dan informal terhadap kinerja ekonomi, baik pada tataran makro maupun mikro. Kelembagaan menjadi salah satu kunci penting dalam menelusuri aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat, mulai dari kelas organisasi kecil atau kelompok masyarakat di pedesaan sampai pada organisasi besar suatu negara yang berdaulat.

Ekonomi kelembagaan lahir dan berkembang sebagai salah satu cabang ilmu karena sangat peduli terhadap bagaimana suatu sistem ekonomi disusun, dijalankan dan digerakkan, serta bagaimana struktur dalam sistem ekonomi itu berubah karena adanya respons terhadap kegiatan kolektif. Ekonomi kelembagaan melihat individu atau seseorang sebagai anggota dari perusahaan, anggota dari suatu keluarga, atau anggota dari suatu organisasi tertentu. Dalam perkembangannya, terdapat dua macam ekonomi kelembagaan yakni ekonomi kelembagaan lama (*Old Institutional Economics*) dan ekonomi kelembagaan baru (*New Institutional Economics*).

Sebuah institusi atau kelembagaan muncul dan berkembang untuk meminimumkan biaya transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja perekonomian. Menurut Nort dan Wallis (1994) dalam Yustika (2008), dalam kerangka relasi antara perubahan teknis dan kelembagaan, maka biaya transaksi adalah ongkos untuk lahan, tenaga kerja, kapital, dan keterampilan kewirausahaan dari satu kelompok atau kelompok orang ke pihak yang lain.

Menurut Greif dalam Andriyani (2015), ekonomi biaya transaksi dapat dibedakan menjadi dua hal. Pertama, biaya transaksi komoditas, dimana biaya ini lebih mengarah pada pembelian dan penjualan komoditas barang dan jasa sebagaimana dilakukan dalam proses transaksional. Kedua, transaksi

kelembagaan, biaya ini ada dalam desain pengembangan keteraturan, struktur, stabilitas, dan prediksi pada pengaturan proses pasar. segala macam faktor yang bisa menimbulkan biaya transaksi dalam suatu proses transaksi menimbulkan eksekusi hingga melakukan proses negoisasi., pengukuran, dan pemaknaan pertukaran.

Teori ekonomi kelembagaan merupakan pemekaran dari teori biaya transaksi yang muncul akibat kegagalan pasar (Yeger, 1999). Pandangan neoklasik menganggap pasar berjalan secara sempurna tanpa biaya apapun karena pembeli memiliki informasi yang sempurna dan penjual saling berkompetisi sehingga menghasilkan harga yang rendah (Stone *et al*,1996). Akan tetapi, pada kenyataan faktanya adalah sebaliknya, dimana informasi, kompetisi, sistem kontrak, dan proses jual beli dapat sangat asimetris.

Menurut Mburu (2002), biaya transaksi dapat juga diartikan untuk memasukkan tiga kategori yang lebih luas, yaitu : (1) biaya pencarian informasi, (2) biaya negosiasi (*bargaining*) dan keputusan untuk mengeksekusi kontrak, (3) biaya pengawasan, pemaksaan, dan pemenuhan/pelaksanaan. Secara lebih detail proses *bargaining* sendiri dapat sangat panjang dan memakan biaya. Seluruh pelaku pertukaran harus melakukan tawar menawar antara satu sama lain.

Penyalahgunaan kekuatan pasar disebabkan oleh adanya perbedaan posisi *bargaining power* yang rendah antara petani dan pedagang perantara dalam menentukan harga. Posisi *bargaining power* yang rendah ini menurut ekonomi kelembagaan disebabkan oleh keterbatasan informasi yaitu suatu kondisi dimana informasi tidak simetris (*information asymmetry*) karena salah satu pelaku transaksi mempunyai pengetahuan yang lebih banyak ketimbang pelaku lain (Bickenbach *et al*, 1999).

Dalam keterbasan informasi faktor ketidakpastian, perilaku oportunistik, dan rasionalitas terbatas termasuk di dalamnya (Williamson, 1975). Dalam situasi tertentu pelaku yang oportunistik bisa menutup informasi dengan cara menyeleksi dan mendistorsi informasi. Dalam praktik di bidang ekonomi pertanian pada praktik pemasarannya, informasi asimetris terjadi karena salah satu pihak tidak mengetahui harga ataupun kualitas barang baik dari pembeli maupun penjual, sehingga kesepakatan harga atas barang pertanian tersebut terjadi tidak efisien atau menguntungkan sebelah pihak.

Terdapat beberapa model dalam asimetris informasi, yaitu sebagai berikut :

1. *Moral Hazard*

Terjadi ketika asimetri informasi ada (tindakan agen tidak dapat diamati atau ketika agen menerima informasi bagi dirinya) ketika kontrak sudah ditandatangani (disetujui atau hubungan dimulai).

Dalam hal pertanian, modal Hazard terjadi ketika agen atau penjual memiliki informasi untuk dirinya, dan informasi asimetris terjadi setelah kontrak ditandatangani. Dalam hal ini terlihat informasi yang didapatkan antara penjual dan pembeli hasil pertanian memiliki perbedaan, sehingga dimanfaatkan oleh pihak dengan informasi yang lebih.

2. *Adverse Selection*

Terjadi ketika agen mempunyai informasi privat yang relevan sebelum kontrak ditandatangani. Dalam hal ini pihak yang kekurangan informasi masih memiliki kesempatan untuk mengamati dan mencari informasi tersebut. Namun keputusan jual beli tersebut lebih dominan kepada pihak agen atau penjual yang dalam hal ini memiliki informasi lebih.

3. *Signaling*

Terjadi ketika salah satu pihak memberitahu tentang informasi privat melalui tingkah laku individu sebelum persetujuan diresmikan. Model ini hampir sama dengan model *Adverse Selection* hanya saja informasi yang didapatkan melalui cara yang berbeda.

2.3 Teori Tata Niaga

Menurut Limbong dan Sitorus dikutip dari Muslikh (2000) definisi tataniaga mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang-barang hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian dari produsen ke konsumen, termasuk didalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang dimaksud untuk lebih memudahkan penyalurannya dan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga, diungkapkan oleh Rahardi (2000).

Tata niaga sayuran bawang merah sebagai salah satu produk pertanian masih kurang efisien, apabila ditinjau dari pembagian keuntungan. Dapat dilihat dari sangat rendahnya harga produk bawang merah ditingkat pengusaha/produsen sayuran bawang merah, terutama produsen skala kecil (petani). Untuk menanggulangi masalah tersebut, maka perlu mengetahui mata rantai distribusi beserta permasalahannya.

Tata niaga mempunyai tiga fungsi utama, yaitu pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan. Pengangkutan, merupakan fungsi utama yang perlu diperhatikan dalam distribusi bawang merah. Biasanya, lahan bawang merah terletak jauh dari daerah pemasaran sehingga diperlukan sarana dan prasarana yang memadai untuk mempercepat pendistribusiannya, karena terkait dengan sifat bawang merah yang mempunyai masa kesegaran relatif pendek.

Ada kalanya sayuran bawang merah tidak langsung dapat dipasarkan setelah panen karena menunggu harga layak atau karena menunggu sarana pengangkutan atau karena sebab yang lain. Pada kondisi ini diperlukan fasilitas dan teknik penyimpanan yang baik untuk mempertahankan mutu bawang merah.

Dalam bisnis sayuran bawang merah terdapat tiga pendukung yang memegang peranan penting pada sistem distribusinya, yaitu :

1. Konsumen

Konsumen merupakan pembeli terakhir produk bawang merah. Semua riset pasar yang dilakukan pengusaha berorientasi pada konsumen karena tujuan utama pada semua usaha, termasuk usaha sayuran bawang merah adalah memenuhi semua kebutuhan konsumen.

2. Produsen

Pengusaha produsen (petani) bawang merah adalah pengusaha (orang yang menanamkan modal) yang langsung berhubungan dengan proses produksi bawang merah. Dengan demikian, ia bertanggung jawab terhadap mutu dan jumlah sayuran bawang merah yang dihasilkan.

3. Pengusaha Perantara

Pengusaha perantara sayuran bawang merah adalah pengusaha yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi, melainkan sebagai penyalur produksi. Peran pengusaha perantara menjadi semakin penting karena beberapa hal seperti : tidak semua informasi pasar diketahui oleh pengusaha produsen,

meningkatnya biaya distribusi sehingga lebih menguntungkan mempergunakan jasa penyalur, kesibukan produsen untuk kelancaran proses produksi mengharuskan memakai jasa penyalur, dan semakin jauhnya jarak konsumen yang harus dilalui produsen bawang merah.

Berikut ini beberapa macam pengusaha perantara bawang merah :

- a. Pedagang pengumpul, yaitu pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen, kemudian memasarkannya kembali ppdalam partai besar kepada pedagang lain.
- b. Pedagang besar, yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul atau langsung dari produsen, serta menjualnya kembali kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pembeli untuk industri, lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir
- c. Pedagang pengecer, yaitu pedagang yang menjual barang hasil pertanian ke konsumen dalam partai kecil.

2.4 Teori Permintaan dan Penawaran

Dalam ekonomi terdapat permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk satu titik pertemuan dalam satuan harga dan kuantitas (jumlah barang).

2.4.1 Permintaan dan Penawaran Konvensional

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Sedangkan pengertian penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu. Teori permintaan menjelaskan sifat hubungan antara jumlah permintaan barang dan harganya, dikenal dengan hukum permintaan yang berbunyi :” makin tinggi harga suatu barang,makin sedikit jumlah barang yang diminta ; sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin banyak jumlah yang diminta”.

Teori penawaran yang menjelaskan sifat hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dan harganya dikenal dengan hukum penawaran yang berbunyi: “ makin tinggi harga suatu barang, makin banyak jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual ; sebaliknya makin rendah harga suatu barang, makin sedikit jumlah barang yang ditawarkan”. Dengan demikian permintaan pembeli dan penawaran penjual akan dapat ditentukan harga pasar dan jumlah barang yang dijual-belikan.

Faktor terpenting dalam pembentukan harga adalah kekuatan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar jika jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa proses terbentuknya harga pasar jika terdapat hal-hal berikut ini.

- a. Antara penjual dan pembeli terjadi tawar-menawar.
- b. Adanya kesepakatan harga ketika jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan.

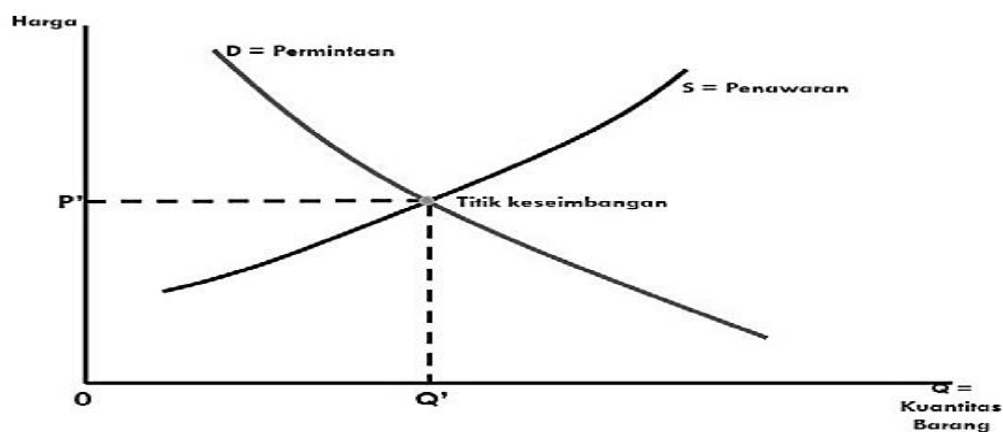
Harga yang terbentuk untuk suatu komoditas merupakan hasil interaksi antara penjual dan pembeli. Harga yang terjadi sangat dipengaruhi oleh kuantitas barang yang ditransaksikan. Dari sisi pembeli (*demand, D*) semakin banyak barang yang ingin dibeli akan meningkatkan harga, sementara dari sisi penjual (*supply, S*) semakin banyak barang yang akan dijual akan menurunkan harga. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku permintaan maupun penawaran dalam interaksi pembentukan harga. Namun untuk komoditas pangan/pertanian, pembentukan harga tersebut disinyalir lebih dipengaruhi oleh sisi penawaran (*supply shock*) karena sisi permintaan cenderung stabil mengikuti perkembangan trennya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi sisi penawaran komoditas pangan/pertanian cenderung sulit untuk dikontrol. Menurut Deaton *et al* (2000), ada dua faktor yang sangat berpengaruh terhadap pembentukan harga komoditas pangan/pertanian, yakni faktor produksi/panen (*harvest disturbance*) dan perilaku penyimpanan. Walaupun keberhasilan panen sangat dipengaruhi oleh kondisi musim yang sifatnya *uncontrolable*, pengaruh pola tanam terhadap perkembangan harga komoditas pertanian sangat dominan.

Terdapat pola *cyclical* yang sistematis antara pola tanam dan varian harga komoditas. Varian harga membesar pada saat musim tanam dan mengecil pada saat musim panen. Sementara keberadaan teknologi penyimpanan atas produk pertanian, khususnya untuk produk yang mudah busuk akan mengurangi tekanan fluktuasi harga dari komoditas tersebut.

Alfred Marshall (1842-1924) dalam bukunya *Principles of Economics*, yang diterbitkan tahun 1890 menjelaskan bahwa permintaan dan penawaran secara simultan menentukan harga. Marshall percaya bahwa permintaan dan penawaran secara bersama-sama menentukan harga (P) dan kuantitas keseimbangan suatu barang (Q) (*Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*, Walter Nicholson, 2002).

Gambar 2.1 Potongan Permintaan dan Penawaran Menurut Marshall



Sumber : Nicholson, 2002

Sumbangan yang paling terkenal dari pemikiran Marshall dalam teori nilai merupakan simetris antara pemikiran pemula dari marginalis dan pemikiran klasik. Menurutnya, bekerjanya kedua kekuatan, yakni permintaan dan penawaran, ibarat bekerjanya dua mata gunting. Dengan demikian, analisis ongkos biaya produksi merupakan pendukung sisi penawaran dan teori kepuasan marginal sebagai inti pembahasan permintaan.

Untuk memudahkan pembahasan keseimbangan parsial, maka digunakannya asumsi *ceteris paribus*, sedangkan untuk memperhitungkan unsur waktu ke dalam analisisnya, maka pasar diklasifikasikan ke dalam jangka sangat pendek, jangka pendek, dan jangka panjang. Dalam membahas kepuasan marginal terselip asumsi lain, yakni kepuasan marginal uang yang tetap.

Menurut kaum klasik harga barang ditentukan oleh besarnya pengorbanan untuk menghasilkan barang tersebut. Jadi yang menentukan harga adalah sisi penawaran (produsen). Namun pendapat tersebut ditentang oleh Jevons, Menger, dan Walras (tokoh-tokoh neoklasik), mereka berpendapat bahwa yang menentukan harga adalah kondisi permintaan, atau kaum marginalis melihatnya dari sisi konsumen yaitu dari kepuasan marginal (*marginal utility*) pengonsumsi satu unit barang terakhir.

Berkenaan dengan pendapat kedua aliran tersebut, Marshall mencoba menggabungkan konsep tersebut. Jadi kesimpulannya, selain oleh biaya-biaya, harga juga dipengaruhi oleh unsur subjektif lainnya, baik dari pihak konsumen maupun pihak produsen. Harga terbentuk sebagai integrasi dua kekuatan pasar penawaran dari pihak produsen dan permintaan dari pihak konsumen.

2.4.2 Permintaan dan Penawaran Islam

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah yang digunakan Ibn Taimiyah untuk menunjukkan permintaan adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan

sesuatu yang kompleks, dikatakan berasal dari Allah. keputusan seseorang untuk memilih alokasi sumber daya inilah yang melahirkan fungsi permintaan.

Harga suatu barang adalah faktor yang paling penting untuk menentukan penawaran barang. Oleh karenanya, teori penawaran (*supply*) selalu memfokuskan perhatiannya terhadap hubungan tingkat harga dengan jumlah barang.

Ibn Khaldun berpendapat tentang penawaran, bila penduduk kota memiliki makanan berlebih dari yang mereka butuhkan, akibatnya harga makanan menjadi murah, tetapi di kota kecil bahkan makanan sedikit, maka harga akan naik. Namun bila jarak antar kota dekat dan aman akan banyak harga yang diimpor sehingga ketersediaan barang akan melimpah, sehingga harga akan turun (Rozalinda, 2015).

Teori penawaran Islami tidak terlepas dari kaidah dan ketentuan yang digaris Allah kepada manusia dalam melakukan kegiatan produksi. Dalam melakukan pengolahan alam, manusia harus senantiasa menjaga kesinambungan kehidupan disekitarnya, dan jangan sampai melakukan kerusakan. Kegiatan produksi juga dianjurkan terhadap barang-barang yang bermanfaat, dan diolah secara halal sesuai syariat Islam. Tidak dibenarkan melakukan kegiatan produksi yang jika dikonsumsi menimbulkan kerusakan pada orang lain.

2.5 Teori Fluktuasi Harga

Menurut Yohanes (2007), fluktuasi adalah perubahan naik atau turunnya suatu variabel yang terjadi sebagai akibat dari mekanisme pasar. Secara tradisional fluktuasi dapat diartikan sebagai perubahan nilai. Secara umum, pengertian atau definisi fluktuasi adalah lonjakan atau ketidaktepatan segala sesuatu yang bisa digambarkan dalam sebuah grafik. Contohnya seperti fluktuasi harga komoditas pertanian. Naik turunnya harga (fluktuasi) dan tingkat harga dari

produk-produk pertanian dapat dilihat dari kenyataan-kenyataan yang berlangsung di masyarakat.

Fluktuasi harga komoditas pada dasarnya terjadi akibat ketidakseimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan konsumen. Jika terjadi kelebihan pasokan maka harga komoditas akan turun, sebaliknya jika terjadi kekurangan pasokan. Dalam proses pembentukan harga tersebut perilaku petani dan pedagang memiliki peranan penting karena mereka dapat mengatur volume penjualannya yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa fluktuasi harga yang relatif tinggi pada komoditas sayuran pada dasarnya terjadi akibat kegagalan petani dan pedagang sayuran dalam mengatur volume pasokannya sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Fluktuasi harga juga disebabkan karena adanya penawaran dan permintaan yang dimana akan berpengaruh terhadap harga yang diperoleh, seperti dalam komoditas pertanian terdapat fluktuasi yang dilihat dari sisi penawaran dan fluktuasi yang dilihat dari sisi permintaan.

1. Fluktuasi Penawaran

Penawaran dan permintaan pada komoditas pertanian bersifat inelastis. Faktor yang menyebabkan penawaran komoditas pertanian bersifat inelastis, yaitu komoditas pertanian sangat tergantung oleh faktor alam dan dihasilkan secara musiman, kapasitas memproduksi sektor pertanian cenderung untuk mencapai tingkat yang tinggi dan tidak dipengaruhi oleh perubahan permintaan.

2. Fluktuasi Permintaan

Permintaan komoditas pertanian bersifat inelastis dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini disebabkan elastisitas pendapatan dari permintaan komoditas pertanian rendah, yaitu kenaikan pendapatan hanya menimbulkan kenaikan yang kecil atas permintaan. Pada umumnya sebagian

besar komoditas hasil pertanian merupakan barang kebutuhan pokok yang digunakan untuk kehidupan sehari-hari. Meskipun harganya tinggi jumlah yang sama harus tetap dikonsumsi, sebaliknya pada saat harga turun, konsumsi tidak banyak bertambah karena kebutuhan konsumsi relatif tetap.

2.6 Teori Pembentukan Harga

Dalam menetapkan harga bisa dilihat dari penetapan harga secara konvensional dan menurut perspektif ekonomi Islam, sebagai berikut :

2.6.1 Teori Pembentukan Harga Konvensional

Harga yang terbentuk untuk suatu komoditas merupakan hasil interaksi antara penjual dan pembeli. Harga yang terjadi sangat dipengaruhi oleh kuantitas barang yang ditransaksikan. Dari sisi pembeli (*demand*) semakin banyak barang yang ingin dibeli akan meningkatkan harga, sementara dari sisi penjual (*supply*) semakin banyak barang yang akan dijual akan menurunkan harga. Dalam komoditas pertanian, pembentukan harga disinyalir lebih dipengaruhi oleh sisi penawaran, karena sisi permintaan cenderung stabil mengikuti perkembangan trennya (Prastowo *et al*, 2008).

Penetapan harga antara petani dengan pedagang dilakukan dengan tawar menawar, petani akan memilih menjual barangnya pada pedagang yang menawarkan harga yang lebih tinggi, kecuali pada langganannya. Pada yang mempunyai hubungan langganannya, saling percaya antara petani dan pedagang telah ada, dimana pedagang akan memberikan harga yang berlaku dipasaran kepada petani langganannya.

Struktur pasar ditentukan oleh beberapa kriteria, yaitu (i) jumlah perusahaan/agen/penjual yang beroperasi di pasar tersebut; (ii) ada tidaknya hambatan bagi perusahaan/agen/penjual untuk masuk keluar pasar; (iii) karakteristik dari komoditas yang diperdagangkan. Struktur pasar tersebut

berpengaruh terhadap kekuatan dari para agen/penjual didalamnya untuk mempengaruhi harga pasar (Nicholson, 2004).

Pada struktur pasar yang bersifat monopoli, sebuah perusahaan atau agen tunggal yang menguasai pasar memiliki keleluasaan dalam penetapan harga untuk memperoleh margin keuntungan yang optimal karena berperan sebagai *price setter*. Sebaliknya, pada pasar komoditas yang bersifat persaingan, agen tersebut tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga dipasar karena berperan sebagai *price taker* sehingga margin keuntungan yang diperoleh sangat kecil.

Menurut Prastowo *et al* (2008), menjelaskan kondisi pasar persaingan sempurna terlihat di level petani pada saat panen raya. Homogenitas dan melimpahnya komoditas pertanian yang akan dijual membuat petani tidak mempunyai *bargaining position* untuk mempengaruhi harga dan pasrah sebagai *price taker*. Sebaliknya untuk level pedagang/pengumpul./tengkulak yang jumlahnya relatif sedikit cenderung membentuk pasar oligopoli sehingga mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga. Seringkali para pedagang/pengumpul/tengkulak tersebut membentuk sebuah kartel yang dapat membuat kesepakatan dan membentuk harga dipasar.

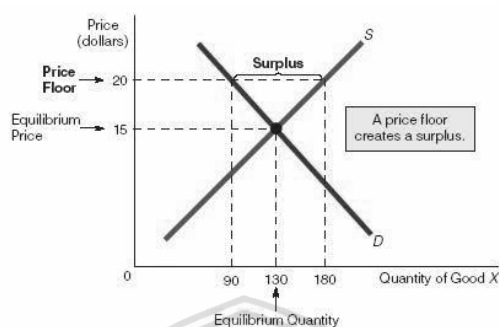
Diperlukan adanya kebijakan mengenai harga bawang merah agar tidak menimbulkan kerugian besar yang bisa dialami oleh petani maupun konsumen. kebijakan penetapan harga perlu dilakukan untuk menjaga stabilitas harga atas hasil pertanian pada tingkat petani dan konsumen.

Kebijakan harga pada komoditas pertanian umumnya dengan menetapkan tingkat harga dasar (*floor price*) di tingkat petani dan tingkat harga atas (*ceiling price*) di tingkat konsumen.

Menurut McTaggart *et al* (2009) menjelaskan bahwa harga dasar merupakan harga yang ditetapkan di atas titik *equilibrium*. Tujuan penetapan

kebijakan harga dasar adalah untuk melindungi produsen dari penurunan harga jual yang berdampak pada kerugian.

Gambar 2.2 Kurva *Price Floor*



Sumber : McTaggart, 2009

Pada kondisi kebijakan *price floor* tingkat penawaran barang lebih tinggi dari permintaan yang mengakibatkan keadaan menjadi *surplus*. Penawaran yang lebih tinggi akan mengurangi tingkat permintaan. Menurunnya jumlah permintaan mengakibatkan harga bawang merah akan terus menurun sampai dibawah harga keseimbangan. Apabila hal tersebut dibiarkan maka akan membuat petani menjadi merugi. Oleh karena itu pemerintah menetapkan harga dasar untuk mencegah harga pasar terus menurun.

Mekanisme kebijakan yang dilakukan pemerintah lainnya adalah dengan cara membeli *surplus* produksi atas kelebihan penawaran tersebut. Selanjutnya, kelebihan penawaran tersebut juga bisa diekspor ke luar negeri untuk mengurangi risiko kerugian yang ditimbulkan.

Dapat disimpulkan bahwa adanya kebijakan harga dasar akan mempengaruhi beberapa hal, seperti : menaikkan harga pasar, menciptakan kelebihan penawaran, berkurangnya permintaan akan komoditas bawang merah, menurunnya kuantitas yang diperjualbelikan dan menaikkan atau menurunkan penerimaan pada petani.

Selain itu, menurut McTaggart *et al* (2009), juga menjelaskan bahwa harga atap (*price ceiling*) merupakan harga yang ditetapkan dibawah *equilibrium*. Tujuan penetapan kebijakan harga ini adalah untuk melindungi konsumen dari kenaikan harga yang akan berdampak pada penurunan daya beli.

Gambar 2.3 Kurva *Price Ceiling*



Sumber: McTaggart, 2009

Pada *price ceiling*, harga maksimum terdapat dibawah harga keseimbangan. Dimana, dengan menurunnya harga jual, maka permintaan cenderung akan meningkat. Sehingga dalam kondisi ini jumlah barang yang diminta akan lebih tinggi daripada jumlah yang ditawarkan (*shortage*). Pemerintah dalam hal ini akan melakukan kebijakan melalui operasi pasar, bila dalam kondisi sudah di titik *shortage* maka pemerintah akan menambah jumlah penawaran di pasar dengan melakukan, subsidi atau mengimpor bawang merah.

Adanya batas harga tertinggi (*price ceiling*) akan menimbulkan kekurangan jumlah komoditi bawang merah yang diminta, hal ini disebabkan karena jumlah barang yang ditawarkan lebih sedikit daripada jumlah barang yang diminta.

Dapat disimpulkan bahwa adanya kebijakan harga atap dapat mempengaruhi beberapa hal, seperti : menurunnya harga bawang merah, menciptakan kelebihan permintaan, berkurangnya penawaran, menurunnya kuantitas pasokan bawang merah (*shortage*).

2.6.2 Teori Pembentukan Harga Menurut Islam

Dalam konsep ekonomi Islam, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi apabila diantara penjual dengan pembeli saling merelakan. Jadi, pada dasarnya harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Regulasi harga pada hakikatnya merupakan hal yang tidak populer dalam khasanah pemikiran ekonomi Islam sebab regulasi harga yang tidak tepat justru dapat menciptakan ketidakadilan. Secara umum, jumhur ulama sepakat bahwa penetapan harga adalah kebijakan yang tidak dianjurkan oleh ajaran Islam jika pasar dalam keadaan normal.

Ibn Qudamah mengajukan dua argumentasi mengenai harga yaitu, Rasulullah tidak pernah menetapkan harga walaupun penduduk menginginkannya, jika penetapan harga ini diperbolehkan, niscaya Rasulullah saw, akan melaksanakannya, dan menetapkan harga adalah ketidakadilan (*zulm*) yang dilarang.

Akan tetapi jika keadaan pasar itu tidak normal, misalnya ada penimbunan oleh sementara pedagang dan adanya permainan harga oleh para pedagang, maka waktu itu untuk kepentingan umum harus didahulukan daripada kepentingan perorangan. Dalam situasi demikian kita dibolehkan menetapkan harga demi memenuhi kepentingan masyarakat demi menjaga dari perbuatan kesewenang-wenangan dan demi mengurangi keserakahan mereka itu. Begitulah menurut ketentuan hukum Islam.

Harga yang adil dijumpai dalam beberapa terminologi, antara lain : *si'r al-mithl*, *thaman al-mithl*, dan *qimah al-adl*. Istilah *qimah al-adl* (harga yang adil) pernah digunakan oleh Rasulullah dalam mengomentari kompensasi bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan

majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil atau *qimah al-adl*. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas *diyah* (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik.

Ibn Thaimiyah menggunakan dua terminologi dalam pembahasan harga, yaitu *'iwad al-mithl* (*equivalen compensation*/ kompensasi yang setara) dan *thaman al-mithl* (*equivalen price*/harga yang setara). Dimanapun ia membedakan antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai. Ibn Thaimiyah mendefinisikan *equivalen price* sesuai dengan keinginan atau lebih persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas – kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Menurut Islahi (1997), harga yang adil menurut Islam adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat yang diserahkan.

Menurut Ibn Thaimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi, menyebutkan bahwa dalam Islam penetapan harga dibagi menjadi dua macam, yaitu : penetapan harga yang tidak adil dan cacat hukum, dan penetapan harga yang adil dan sah menurut hukum. Adapun yang dimaksud penetapan harga yang tidak adil dan cacat hukum adalah penetapan harga yang dilakukan pada saat kenaikan harga-harga yang terjadi akibat persaingan pasar bebas, yakni kelangkaan *supply* dan *demand*.

Sedangkan penetapan harga yang adil dan sah menurut hukum adalah penetapan yang tidak menimbulkan kerugian atau penindasan kepada para

pelaku pasar. Justru penetapan harga jika memang menimbulkan keadilan akan membawa tingkat harga kepada posisi harga yang seharusnya (Qardhawi, 1997).

Menurut Al-Ghazali, ia tidak menolak kenyataan bahwa mencari keuntungan merupakan motif utama dalam perdagangan. Namun, ia memberikan tekanan kepada etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam, bahwa keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan yang diperoleh di akhirat kelak. Oleh sebab itu, harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya (Islahi, 1997).

Konsep harga yang adil didasarkan atas konsep *equivalence price* jelas lebih menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga dibandingkan dengan misalnya konsep *just price*. Konsep *just price* hanya melihat harga adil dari sisi produsen sebab mendasarkan pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas kurang memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas harga suatu barang. Dalam situasi normal *equivalence price* dapat dicapai melalui mekanisme pasar yang bebas. Itulah sebabnya, syariah Islam sangat menghargai harga yang terbentuk oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar yang bebas yaitu : (i) titik keseimbangan pasar akan terjadi ketika permintaan bertemu dengan penawaran secara bebas. (ii) jika proses mencapai titik kesimbangan ini terganggu maka pemerintah harus melakukan intervensi.

Berkaitan dengan penetapan harga, Ibn Thaimiyah dalam bukunya Al-Hisbah, menjelaskan cara pengendalian harga yang ditentukan oleh penyebabnya. Apabila penyebabnya adalah perubahan pada *genuine demand* dan *genuine supply*, maka mekanisme pengendalian harga dilakukan melalui

intervansi pasar. Sedangkan apabila penyebabnya adalah distorsi terhadap *genuine demand* dan *genuine supply*, maka mekanisme pengendaliannya dilakukan melalui penghilangan distorsi termasuk intervansi harga untuk mengembalikan harga pada keadaan sebelum distorsi (Karim, 2003).

Dapat disimpulkan bahwa ketika mekanisme pasar berjalan dengan sempurna maka harga yang adil akan bisa terealisasi dengan benar. Hal ini menjadikan distribusi dan alokasi sumberdaya berjalan dengan baik, sehingga tujuan hadirnya pasar berjalan dengan optimal dalam terwujudnya masalah untuk mencapai fahlah dalam kehidupan dunia dan akhirat.

2.7 Penelitian Terdahulu

Menurut Henry Mayrowani dan Valeriana Darwis (2007), dalam perspektif pemasaran bawang merah di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah menjelaskan bahwa di daerah Brebes petani masih sulit memasarkan hasilnya sendiri langsung kepada konsumen dan sudah menjadi kebiasaan menjualnya ke pedagang/pengumpul/agen atau pedagang besar. Artinya, petani tidak mempunyai posisi tawar yang kuat.

Rantai pasar bawang merah relatif panjang, sehingga mengakibatkan petani tidak dapat menikmati apabila ada kenaikan harga dan margin pasar cenderung lebih mengelompok pada pedagang besar dan *supplier*. Dalam masa sepuluh tahun sudah terjadi perubahan kebiasaan yang menjual seratus persen ke pedagang pengumpul ke pedagang pengumpul desa (75%) dan sisanya ke pedagang kabupaten serta pedagang besar. Dalam penelitian ini agar petani lebih bisa menaikkan harga bawang maka disarankan pemerintah lebih mengatur bea impor dan waktu impor.

Menurut Maysari *et al* (2017), dalam pola distribusi dan margin pemasaran bawang merah di Kota Parepare, menjelaskan bahwa pola distribusi pemasaran bawang merah di Kota Parepare melibatkan pedagang besar

sebagai jalur awal setelah produsen (petani). Dari pedagang besar tersebut, kemudian pasokan bawang merah sebgaiian besar dijual melalui pedagang pengecer dalam hal ini pedagang besar bertindak sebagai penyuplai bagi pedagang ecer, kemudian antar sesama pedagang pengecer terjadi distribusi bawang merah dengan pola kerjasama.

Saluran distribusi bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng terdapat dua saluran distribusi yang terlibat. Margin tertinggi terdapat pada pola saluran distribusi pedagang besar - pedagang – pengecer - konsumen yaitu sebesar Rp7.438,- atau sebesar (48,17%) dari harga jual pedagang pengecer dan pola distribusi pedagang besar - konsumen dengan total margin Rp7.000,- atau sekitar 46,66% dari harga beli konsumen. Perbedaan margin distribusi yang diperoleh pelaku tataniaga di Kabupaten Bantaeng disebabkan oleh karena adanya perbedaan harga jual dari petani ke pelaku tataniaga lainnya dan pengangkutan (jarak). Tinggi atau rendahnya margin tataniaga suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengangkutan, penyimpanan dan lain sebagainya.

Menurut Ratri *et al* (2012), dalam regulasi tata niaga bawang merah yang berkeadilan, menjelaskan bahwa Belum adanya regulasi yang khusus mengatur tentang tata niaga bawang merah di Kabupaten Nganjuk menimbulkan berbagai masalah. Selain adanya bawang merah impor, ketimpangan harga ditingkat petani dan pedagang atau tengkulak juga menjadi permasalahan.

Petani tidak mempunyai nilai tambah karena harga dikuasai oleh pedagang dan harga untuk bawang merah tidak memiliki ketetapan, dimana dalam hitungan jam saja bisa naik ataupun turun. Selain itu, ketersediaan gudang penyimpanan bawang merah yang disediakan pemerintah untuk petani bawang merah masih belum maksimal sehingga petani bawang merah tidak dapat melakukan tunda jual untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Menurut Rusian *et al* (2016), dalam transmisi harga asimetri dalam rantai pasok bawang merah dan hubungannya dengan impor di Indonesia (studi kasus di Brebes dan Jakarta), menjelaskan bahwa disparitas harga bawang merah ditingkat petani dan konsumen sangat besar. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan hubungan petani – grosir terjadi asimetris harga dalam jangka pendek karena terkait dengan biaya penyesuaian, sedangkan grosir – pengecer terjadi asimetris jangka panjang karena terkait penyalahgunaan kekuatan pasar.

Perlunya pengaturan harga bawang merah ditingkat konsumen dan produsen melalui harga plafon dan harga dasar agar tidak harga tidak eksploitatif bagi konsumen namun tetap memberikan margin yang ideal bagi pedagang perantara. Pengembangan sistem informasi di pedesaan juga diperlukan untuk meningkatkan posisi tawar petani serta pengembangan kelompok tani sangat penting untuk mengatasi pasar bawang merah yang bersifat oligopsoni ditingkat petani.

Menurut Baithi (2016), dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga bawang di Kabupaten Nganjuk, menjelaskan bahwa secara bersama-sama modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim terbukti berpengaruh terhadap harga bawang merah. Modal berpengaruh negatif terhadap harga bawang merah dikarenakan hal ini terjadi ketika pedagang menambah modal juga akan menambah jumlah bawang merah yang dibeli.

Jaringan berpengaruh negatif terhadap harga bawang merah dikarenakan jaringan yang terbentuk pada pedagang tidak terjalin dengan baik dan tidak mengikat satu sama lain. Harga sebelumnya berpengaruh positif, sehingga ketika harga sebelumnya naik maka kemungkinan besar harga bawang merah akan naik juga. Musim berpengaruh negatif dikarenakan variabel musim tidak memiliki pengaruh terhadap harga bawang merah.

Menurut Brahmantyo dan Sukanto (2014), dalam tata niaga bawang merah, studi kasus : Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, DIY, menjelaskan bahwa berdasarkan analisis deskriptif, distribusi margin dan *Farmer's Share*, rantai tata niaga yang diteliti relatif tidak efisien dengan persebaran biaya dan keuntungan tata niaga yang tidak merata.

Farmer's Share terendah berada pada rantai tata niaga I. Integrasi pasar vertikal tata niaga bawang merah terjadi dalam jangka panjang dan jangka pendek. Integrasi pasar vertikal jangka panjang terbentuk pada pasar tingkat petani dengan pasar tingkat grosir dengan harga yang dipengaruhi secara positif. Integrasi pasar jangka pendek terjadi di tingkat pasar grosir dengan harga yang dipengaruhi secara positif oleh harga di tingkat petani pada masa lampau.

Beberapa penelitian terdahulu telah diuraikan di atas. Terdapat perbedaan dan persamaan mendasar terkait penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Kesamaan yang terdapat pada penelitian terdahulu yang nantinya dapat menjadi pelengkap mengenai informasi dan bagian-bagian yang belum dianalisis oleh penelitian terdahulu.

Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini ialah kesamaan dalam hal meneliti masalah penetapan harga yang efisien untuk petani melalui saluran atau pola distribusi tataniaga, agar meningkatkan pendapatan para petani dan tidak eksploitatif bagi konsumen. Selain itu, variabel yang digunakan sama-sama menggunakan petani bawang merah dan penyaluran harga sampai kepada konsumen.

Perbedaan yang terlihat dalam penelitian ini dibanding dengan penelitian terdahulu diantaranya, belum ditemukan mengenai analisis alur distribusi yang efisien pada harga yang diperoleh petani dengan menggunakan analisis ekonomi Islam. Adapun ringkasan mengenai kesimpulan penelitian terdahulu dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul, Nama, dan Tahun	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
Perspektif Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah, (Henry Mayrowani dan Valeriana Darwis, 2007)	Menjelaskan mata rantai perdagangan yang efektif sekaligus saran dalam memperkuat kelembagaan pasar bawang merah di Kabupaten Brebes.	Kualitatif deskriptif dengan metode wawancara langsung	Rantai pasar bawang merah di Kabupaten Brebes masih relatif panjang dan masih dikuasai pedagang. Marjin pasar cenderung lebih mengelompok pada pedagang besar dan supplier, sehingga ketika harga komoditas tinggi (naik) tidak dapat dirasakan oleh petani, namun sebaliknya jika pada saat harga turun, harga tersebut dapat disalurkan kepada petani dengan baik. Artinya, petani masih tetap menerima harga yang rendah dan berfluktuasi.
Pola Distribusi dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Kota Parepare, (Resky Maysari, Zulkifli Sjamsir, Nurhapsa, 2017)	Untuk mengkaji pola distribusi pemasaran bawang merah dan menganalisis margin pemasaran pada setiap saluran distribusi bawang merah di Kota Parepare	Kuantitatif deskriptif	Pola distribusi bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng terdiri atas 2 pola distribusi pemasaran. Pada distribusi pemasaran bawang merah yang berasal dari Kab. Bantaeng margin pemasaran tertinggi pada Pola distribusi pemasaran I yaitu sebesar Rp7.438,- dan terendah pada pola distribusi pemasaran II sebesar Rp7.000,-.
Regulasi Tata Niaga Bawang Merah yang Berkeadilan, (Tantia Kusumaning Ratri, Sarwono, Ainul Hayat, 2012)	Untuk mengetahui gambaran regulasi tata niaga bawang merah yang selama ini berjalan di Kabupaten Nganjuk, kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaan regulasi tata niaga bawang merah dan regulasi yang bisa dibuat untuk tata niaga bawang merah yang berkeadilan di Kabupaten Nganjuk	Kualitatif deskriptif	Belum adanya regulasi tentang tata niaga bawang merah membuat penentu kebijakan pada mekanisme pasar sehingga menimbulkan berbagai masalah mulai dari bawang merah impor, disparitas harga ditingkat petani dan pedagang, kurangnya gudang penyimpanan bawang merah, kurangnya sumber daya keuangan serta terjadi fluktuasi harga bawang merah. Regulasi tata niaga bawang merah yang dapat dibuat adalah regulasi yang dapat melindungi petani bawang merah dan berkeadilan bagi semua pihak.
Transmisi Harga Asimetri dalam Rantai Pasok Bawang Merah	Untuk menganalisis transmisi harga antar lembaga	Kuantitatif deskriptif	Dari hasil pengujian transmisi harga diketahui bahwa baik model <i>Houck</i> dan ECM-EG menunjukkan hasil yang sama yaitu adanya

Judul, Nama, dan Tahun	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
dan Hubungannya dengan Impor di Indonesia : studi kasus di Brebes dan Jakarta (Januar Arifin Rusian, Muhammad Firdaus, 2016)	pemasaran bawang merah, menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap transmisi harga, menganalisis harga antara harga impor bawang merah dengan harga produsen dan harga Konsumen		asimetris transmisi harga antar lembaga pemasaran bawang merah di Indonesia. Pada hubungan petani – grosir terjadi asimetris harga dalam jangka pendek. Sedangkan, grosir – pengecer terjadi asimetris dalam jangka panjang.
Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk, (Puput Nur Baiti, 2016)	Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga bawang merah	Kuantitatif deskriptif	Modal, jaringan, harga sebelumnya, dan musim terbukti berpengaruh terhadap harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Dan diketahui juga bahwa ada variabel-variabel lain yang tidak diteliti yang mempengaruhi harga bawang merah di Kabupaten Nganjuk
Tata Niaga Bawang Merah, Studi Kasus : Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Awang Brahmantyo dan Andreas Sukanto, 2014)	untuk mengetahui dan menganalisis efisiensi dan integrasi pasar vertikal tata niaga bawang merah Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Kualitatif & kuantitatif	Integrasi pasar vertikal tata niaga bawang merah terjadi dalam jangka panjang dan jangka pendek. Integrasi pasar vertikal jangka panjang terbentuk pada pasar tingkat petani dengan pasar tingkat grosir dengan harga yang dipengaruhi secara positif. Integrasi pasar jangka pendek terjadi di tingkat pasar grosir dengan harga yang dipengaruhi secara positif oleh harga di tingkat petani pada masa lampau.

Sumber : Berbagai Sumber Data Diolah, 2018.

2.8 Kerangka Pemikiran

Tataniaga merupakan sebuah komponen yang penting dilakukan dalam pertanian untuk menyalurkan hasil pertanian dari produsen (petani) hingga ke tangan konsumen dengan efisien. Terdapat beberapa pola distribusi tataniaga yang digunakan petani untuk menjual hasil pertaniannya. Namun, harga yang diperoleh petani mengalami perbedaan di setiap polanya.

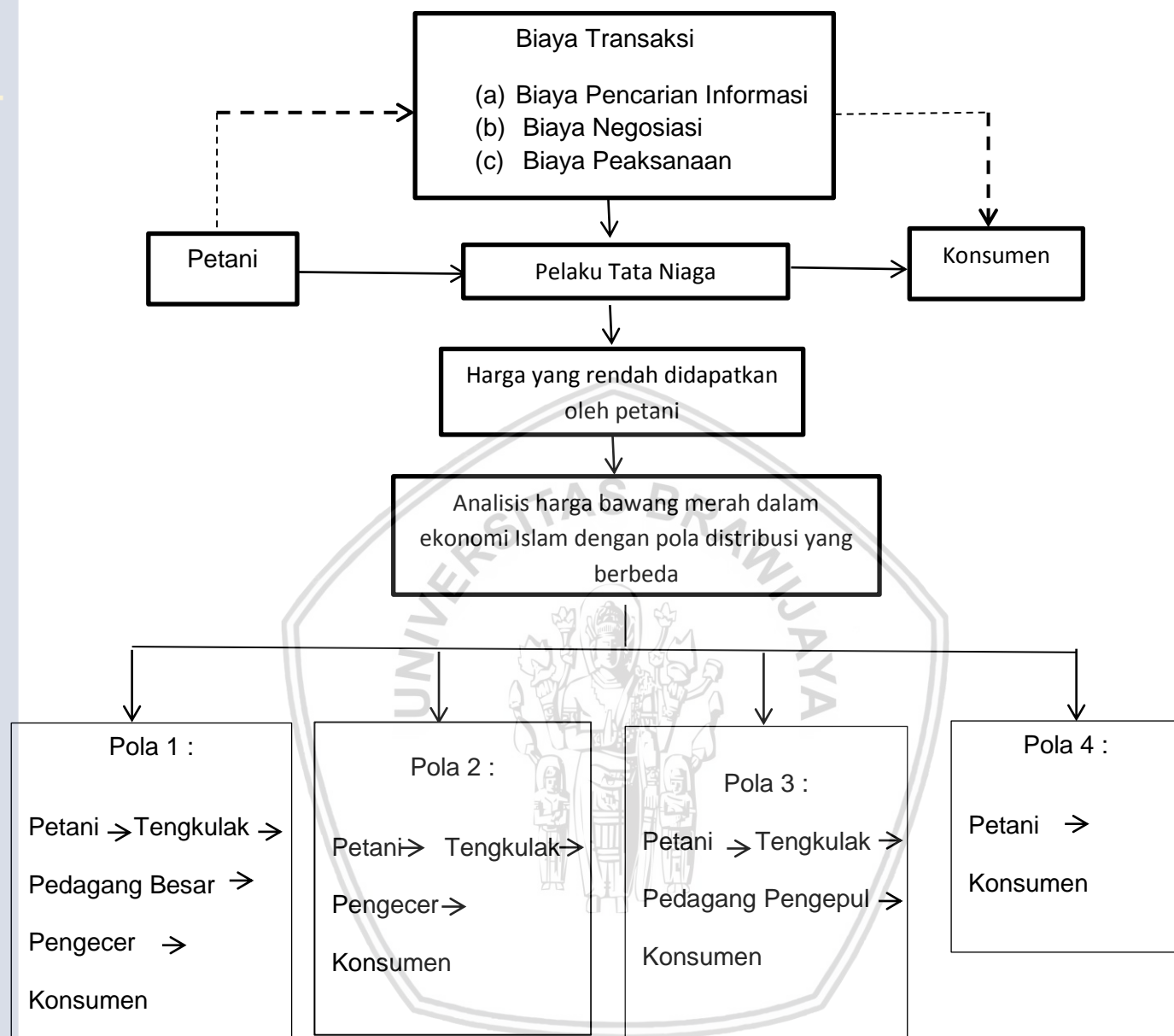
Dalam mendistribusikan hasil pertaniannya, ada beberapa pertimbangan yang dilakukan petani dimana terkait dengan biaya transaksi yang ditimbulkan dari proses produksi hingga distribusi. Biaya transaksi meliputi : biaya pencarian informasi, biaya negosiasi, dan biaya pelaksanaan.

Dalam mendistribusikan pertanian di pasar sering sekali terjadi penyalahgunaan pasar, seperti adanya perbedaan *position bargaining*. *Power bargaining* yang rendah didapatkan petani, disebabkan karena adanya asimetris informasi, dimana keterbatasan petani dalam memperoleh informasi mengenai harga, karena salah satu pelaku memiliki informasi yang lebih daripada pelaku lain.

Selain asimetris informasi, biaya transaksi seperti negosiasi dan biaya pelaksanaan dari sebelum tanam sampai masa panen juga dapat berpengaruh terhadap pertimbangan pendistribusian hasil pertanian bawang merah sampai ke tangan konsumen. Dimana dalam biaya transaksi dapat dijadikan pertimbangan untuk menciptakan kelembagaan yang efisien yang bisa memberi keuntungan kepada petani.

Dilandaskan dengan teori ekonomi kelembagaan, teori distribusi, teori permintaan dan penawaran, teori fluktuasi harga pertanian, dan teori penetapan harga baik dalam segi konvensional maupun Islam dimaksudkan untuk menganalisis kesesuaian harga bawang merah di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk dalam ekonomi Islam dengan penggunaan alur distribusi yang berbeda. Alur analisis tersebut dapat dilihat melalui bagan kerangka pemikiran di bawah ini :

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran



Sumber : Penulis, 2018

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sementara itu, dilihat dari teknik penyajian datanya, penelitian menggunakan pola deskriptif. Yang dimaksud pola deskriptif menurut Best dalam Sukardi (2009) adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya.

Dari definisi di atas, dapat dipahami bahwa metode penelitian kualitatif dengan pola deskriptif yang dilakukan, bermaksud menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat. Adapun alasan peneliti memilih metode ini adalah:

1. Dari pengamatan empiris didapat bahwa sebagian besar laporan penelitian dilakukan dalam bentuk deskriptif.
2. Metode penelitian kualitatif deskriptif sangat berguna untuk mendapatkan variasi permasalahan yang berkaitan dengan bidang pendidikan maupun tingkah laku manusia.
3. Memiliki kepekaan dan daya penyesuaian diri dengan banyak pengaruh yang timbul dari pola-pola yang dihadapi.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini terfokuskan pada satu kecamatan yang memiliki jumlah petani dengan luas lahan yang produktif dan melakukan kegiatan tata niaga

untuk hasil pertaniannya. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih guna untuk memperoleh hasil atau jawaban atas rumusan masalah yang ada.

Menurut Lincoln dan Guba dalam Mulyana, (2004) penggunaan studi kasus sebagai suatu metode penelitian kualitatif memiliki beberapa keuntungan, yaitu :

1. Studi kasus dapat menyajikan pandangan dari subjek yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan uraian yang menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca kehidupan sehari-hari.
3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
4. Studi kasus dapat memberikan uraian yang mendalam yang diperlukan bagi penilaian atau transferabilitas.

Studi kasus merupakan tipe pendekatan pada satu kasus yang berfokus pada sistem terkait. Langkah-langkah yang harus dilakukan menurut Denzin dalam Jailani (2003) ialah:

1. Membatasi kasus dan menentukan objek penelitian
2. Menyeleksi fenomena, tema dan isu sebagai rumusan masalah dalam penelitian
3. Menentukan alur data untuk mengembangkan isu
4. Melakukan observasi triangulasi
5. Menyeleksi alternatif interpretasi
6. Mengembangkan kasus yang telah ditentukan

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di daerah Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk. Tempat ini dipilih karena Kecamatan Sukomoro merupakan tempat agribisnis bawang merah di Kabupaten Nganjuk dikarenakan terdapat pasar

bawang merah di Kecamatan Sukomoro. Selain itu, terdapat banyak petani dan tengkulak bawang merah di Kecamatan Sukomoro. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini sekaligus mendapatkan informasi yang diperlukan kurang lebih selama 1-2 bulan.

3.4 Unit Analisis dan Informan Penelitian

Unit analisis pada penelitian ini berfokus pada pola distribusi tata niaga yang dilakukan petani dan pelaku tata niaga lainnya dalam penetapan harga bawang merah dari perspektif Islam. Berdasarkan unit analisis tersebut maka pihak-pihak yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini adalah petani dan pedagang bawang merah.

Informan penelitian ini meliputi dua macam yaitu (1) informan kunci (*key informan*), yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, (2) informan biasa, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti (Suyanto, 2005). Adapun informan yang dipilih adalah :

- a. Informan kunci : petani bawang merah
- b. Informan pendukung : pedagang bawang merah

3.5 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012), bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan:

1. Data primer, merupakan sumber data yang langsung diberikan oleh informan terkait dengan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini sumber data dapat diperoleh dari petani dan pedagang bawang merah yang telah dipilih. Data primer bisa bersumber dari hasil wawancara, hasil observasi, dan data-data mengenai informan.
2. Data sekunder, merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada sebagai penunjang informasi primer yang telah

diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literature, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Dalam sekunder dalam penelitian ini meliputi : laporan yang disajikan Badan Pusat Statistik (BPS), laporan Kementerian Pertanian, Statistik Kabupaten Nganjuk, studi literatur (berasal dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu) yang terkait dengan pola distribusi penetapan harga bawang merah

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode, yaitu:

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah suatu bentuk pengamatan pencatatan yang dilakukan oleh seorang peneliti di lapangan dengan menggunakan pedoman observasi sebagai instrumen pengamatan yang telah disusun sebelumnya. Metode observasi ini merupakan metode pendekatan untuk mendapatkan informasi tentang obyek penelitian dengan mengamati seseorang atau kelompok orang yang sedang mengerjakan pekerjaannya (Hadari, 1998).

Pada penelitian ini obeservasi dilakukan terhadap petani bawang merah di Kecamatan Sukomoro terkait dengan pola distirbusi dalam pembentukan harga bawang merah, penulis mengamati langsung aktifitas ekonomi yang mereka kerjakan dan mencatat hal-hal yang dianggap penulis penting dan berhubungan langsung dengan obyek penelitian.

2. Wawancara

Wanwancara adalah dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) atau yang mengajukan pertanyaan, dan yang diwawancarai (*interviewee*), atau yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2008). Tujuan dari wawancara di sini adalah untuk mencari informasi dari sumber data dan informan tentang pola distribusi bawang merah dalam pembentukan harga bawang merah tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan kumpulan data-data yang digunakan untuk memperkuat keabsahan data. Dokumen tersebut dapat berupa surat, catatan, file, foto, video, rekaman suara, dan lain sebagainya. Adanya dokumen yang dilakukan selama mencari informasi dapat digunakan untuk memeriksa keabsahan data, membuat interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Kajian terhadap dokumen dilakukan dengan cara menyelidiki data yang telah didapatkan dari catatan, file, dan bentuk dokumen lainnya. Dokumen yang telah diperoleh ini akan memudahkan peneliti jika ditemukan kekeliruan pada laporan hasil kegiatan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data ialah kegiatan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya agar diperoleh suatu temuan berdasarkan masalah yang ingin dijawab, hal ini dikemukakan oleh Mudjihardjo dalam Sujarweni (2014). Berikut adalah tahap-tahap dalam melakukan proses analisis data antara lain:

1. Reduksi data

Proses merangkum dan memilah-milah data penting yang akan dijadikan laporan penelitian. Data yang dianggap tidak penting akan direduksi atau dihilangkan. Hasil dari analisis tahap ini akan menggambarkan informasi yang lebih tajam mengenai hasil pengamatan dan akan mempermudah peneliti untuk mencari kembali tambahan data yang diperlukan.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, data akan dikategorikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks agar memudahkan peneliti dalam melihat hubungan satu sama lain. Bentuk data yang dihasilkan pada tahap ini akan terlihat lebih rapi dan berurutan secara sistematis.

3. Penarikan Kesimpulan

Peneliti berusaha menarik simpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas dari fenomena dan proporsi. Pada tahap ini, penulis menarik simpulan dari data yang telah disimpulkan sebelumnya, kemudian mencocokkan catatan dan pengamatan yang dilakukan penulis pada saat penelitian.

3.8 Validasi Data

Setelah data dianalisis, untuk mengukur kevalidan data dan memperkuat *kredibilitas* penelitian ini maka akan dilakukan validasi data. Dalam penelitian ini menggunakan uji validasi data dengan menggunakan metode triangulasi. Menurut Sugiyono (2011) teknik pengumpulan data triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan beberapa teknik yang sudah ada dengan sumber data yang telah diperoleh.

Tujuan adanya meneliti data yang telah diperoleh selain mencari kebenaran ialah untuk lebih memahami dunia sekitarnya dan meminimalisasi kesalahan informasi yang diberikan informan. Kesalahan informasi yang diberikan bisa dikarenakan ketidaksesuaian terhadap teori atau dengan kebijakan hukum yang terjadi. Terdapat 3 macam triangulasi yang akan digunakan untuk mengecek kembali kevalidan data yaitu:

1. Triangulasi dengan sumber yaitu teknik pengecekan data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik ialah teknik pengecekan data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dengan wawancara, kemudian dicek dengan observasi, dokumentasi.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan teknik pengecekan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan melalui wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Dalam penelitian ini untuk memastikan kevalidan data dan kestabilan informan dalam memberi informasi maka dilakukan dengan waktu yang berbeda.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dalam bab pembahasan ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum lokasi tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti guna menunjang data penelitian. Penjelasan yang akan dibahas terkait gambaran umum lokasi penelitian adalah mengenai kondisi geografis Kabupaten Nganjuk dan kondisi geografis Kecamatan Sukomoro.

4.1.1 Kabupaten Nganjuk

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak dibagian barat Provinsi Jawa Timur. Secara astronomis Kabupaten Nganjuk terletak pada koordinat $111^{\circ}5'$ sampai dengan $111^{\circ}13'$ Bujur Timur dan $7^{\circ}20'$ sampai dengan $7^{\circ}50'$ Lintang Selatan (Badan Pusat Statistik, 2017).

Secara geografis Kabupaten Nganjuk memiliki batas-batas wilayah yaitu, sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro, sebelah selatan Kabupaten Kediri dan Kabuapten Trenggalek. Pada wilayah bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri, sedangkan bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Madiun dan Kabupaten Ponorogo (Badan Pusat Statistik, 2017).

Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi tiga bagian menurut jenis tanah, yaitu tanah sawah (35%), tanah kering (27%), dan tanah hutan (38%). Dengan wilayah yang luasnya 122.433,1 Ha, Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi 20 Kecamatan dan 284 desa/kelurahan. Wilayah Kabupaten Nganjuk memiliki kondisi dan struktur tanah yang cukup produktif untuk berbagai jenis tanaman. Kondisi dan

struktur tanah yang produktif ini sekaligus ditunjang penyediaan air kali widas yang mengalir sepanjang 91 km dan mengairi daerah seluas 430.150 km² dengan debit air 160.350 M³/detik (Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk, 2017).

Kabupaten Nganjuk memiliki kawasan yang diperuntukan untuk pertanian, meliputi : (a) tanaman pangan, (b) hortikultura, (c) perkebunan, dan (d) peternakan. Kawasan peruntukan pertanian tanaman meliputi: (1) penetapan lokasi kawasan peruntukan pertanian tanaman pangan tersebar di seluruh kecamatan di wilayah kabupaten, dan (2) kawasan peruntukan pertanian tanaman pangan yang dipertahankan dan dikembangkan sebagai lahan pertanian pangan berkelanjutan dengan luas kurang lebih 51.630,9 Ha. Kawasan peruntukan pertanian hortikultura, meliputi :

- a. Lereng Wilis tersebar di Kecamatan Sawahan, Kecamatan Ngetos, dan Kecamatan Loceret
- b. DAS Brantas tersebar di Kecamatan Prambon, Kecamatan Patianrowo dan Kecamatan Ngronggot
- c. Sub DAS Widas tersebar di Kecamatan Wilangan, Kecamatan Bagor, Kecamatan Rejoso, Kecamatan Sukomoro, Kecamatan Gondang dan Kecamatan Ngluyu.

4.1.2 Kecamatan Sukomoro

Kecamatan Sukomoro mempunyai luas sebesar 35.38 Km² dengan batas wilayah sebelah utara Kecamatan Gondang, sebelah timur Kecamatan Tanjunganom, sebelah selatan Kecamatan Loceret dan sebelah barat Kecamatan Nganjuk. Secara geografis, Kecamatan Sukomoro terletak pada koordinat 111° 45' - 112° 13' Bujur Timur dan 7° 20' - 7° 50' Lintang Selatan.

Wilayah Kecamatan Sukomoro merupakan hamparan dataran dengan ketinggian rata-rata 54 m diatas permukaan laut. Dengan luas sebesar 3.538,80

Ha yang terdiri dari tanah pertanian seluas 2.487,89 Ha (70,3%), tanah pekarangan yang digunakan untuk bangunan, halaman, kebonan seluas 876.5 Ha (24.76%) dan 174.41 Ha (4.93%) untuk lainnya seperti makam, jalan, sungai, dll.

Kecamatan Sukomoro memiliki tanah pertanian seluas 2.487,89 Ha, dengan luas tanah pertanian sawah 2.211,80 Ha. Sesuai dengan jenis pengairan yang dipergunakan luas sawah tersebut terbagi atas sawah teknis dan sawah sederhana/tadah hujan.

a. Pertanian Tanaman Pangan

Berdasarkan data dari UPTD Pertanian Kecamatan Sukomoro, produksi padi pada tahun 2016 sebesar 297,64 Kw/Ha, Jagung 199 Kw/Ha, dan Kedelai 5,3 Kw/Ha.

b. Tanaman hortikultura

Selain tanaman pangan, terdapat pula jenis tanaman hortikultura yang dibudidayakan di wilayah Sukomoro seperti Bawang merah, cabe merah, dan sawi. Produksi bawang merah selama tahun 2016 sebesar 66 Kw/Ha, produksi cabe merah sebesar 84 Kw/Ha, dan sawi 643 Kw/Ha.

c. Tanaman Perkebunan

Tanaman pekebunan yang paling penting di Kecamatan Sukomoro adalah tanaman tebu dengan produksi 724 Kw/Ha.

Tabel 4.1 Luas Panen dan Produksi Bawang Merah di Kecamatan Sukomoro Tahun 2017

No	Desa/Kelurahan	Bawang Merah	
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw/Ha)
1	Sumengko	-	-
2	Kapas	-	-

No	Desa/Kelurahan	Bawang Merah	
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw/Ha)
3	Blitaran	-	-
4	Kedungsuko	-	-
5	Nglundo	-	-
6	Bungur	226	10.5
7	Sukomoro	265	10.5
8	Pehserut	229	11
9	Ngrami	445	11.2
10	Bagorwetan	356	11.4
11	Putren	357	11.4
12	Ngrengket	-	-
JUMLAH		1878	66

Sumber : Data Diolah Dari BPS Kecamatan Sukomoro, 2017

Terdapat lembaga informal pertanian di Kecamatan Sukomoro yaitu 12 gabungan kelompok tani (gapoktan) dan 53 kelompok tani (poktan) yang bergerak untuk menyejahterahkan petani, seperti mengadakan penyuluhan, memberikan pinjaman modal untuk bercocok tanam, dan memberikan subsidi berupa pupuk, bibit, dan lain sebagainya. Dari 53 poktan, terdapat 29 poktan yang menangani produk hortikultura, adapun 29 poktan di Kecamatan Sukomoro tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Daftar Nama Kelompok Tani di Kecamatan Sukomoro

No	Nama Kelompok Tani	Alamat		Komoditi Unggulan
		Dusun	Desa/Kel.	
1	Karya Bahagia	Putren	Putren	Padi - Holtikutura
2	Sugih Mukti	Sugihan		Padi - Holtikutura
3	Budi Luhur	Bulu		Padi - Holtikutura
4	Putra Maju	Ngrandu		Padi - Holtikutura
5	Setya Karya	Sekar Putih		Padi - Holtikutura
6	Sempurna	Bagor Wetan	Bagor Wetan	Padi - Holtikutura
7	Gotong Royong	Bagor Wetan		Padi - Holtikutura
8	Arum	Bagor Wetan		Padi - Holtikutura
9	Karya Mukti	Ngronggo		Padi - Holtikutura
10	Jogo Makmur	Jogo Lewon		Padi - Holtikutura

No	Nama Kelompok Tani	Alamat		Komoditi Unggulan
		Dusun	Desa/Kel.	
11	Sumber Rejeki	Padasan	Bagor Wetan	Padi – Holtikutura
12	Budi Lestari	Kali Ulo	Pehserut	Padi – Holtikutura
13	Tani Mandiri	Dorogeneng		Padi – Holtikutura
14	Sido Mulyo	Gerung		Padi – Holtikutura
15	Mitro Sejati	Pehserut		Padi – Holtikutura
16	Mardi Rahayu	Sukomoro	Sukomoro	Padi – Holtikutura
17	Tani Mulyo	Sukomoro		Padi – Holtikutura
18	Tani Subur	Sukomoro		Padi – Holtikutura
19	Sumber Rejeki I	Sukomoro		Padi – Holtikutura
20	Sumber Rejeki II	Sukomoro		Padi – Holtikutura
21	Mitro Tani	Ngrami	Ngrami	Padi – Holtikutura
22	Samiaji	Pengkol		Padi – Holtikutura
23	Tani Subur	Dungrejo		Padi – Holtikutura
24	Maju Tentrem	Mlaten		Padi – Holtikutura
25	Sumber Urip	Balongdringo		Padi – Holtikutura
26	Karya Tani	Bungur	Bungur	Padi – Holtikutura
27	Rukun Makmur	Jali		Padi – Holtikutura
28	Gemi Makmur	Kajang		Padi – Holtikutura
29	Suko Makmur	Karangasem		Padi – Holtikutura

Sumber : Data Diolah Dinas Pertanian Kecamatan Sukomoro, 2014

Berdasarkan fakta dilapangan, dengan adanya lembaga informal seperti poktan, diharapkan akan memudahkan petani, khususnya petani bawang merah untuk mengembangkan usaha tani, memperluas pemasaran hasil pertanian, memperoleh informasi pertanian, dan menjadi wadah bagi sesama petani bawang merah untuk menyelesaikan permasalahan seputar pertanian seperti, hama bawang merah, obat atau pupuk yang baik dan lain sebagainya.

4.2 Pola Tataniaga Distribusi Bawang Merah di Kecamatan Sukomoro

Bawang merah merupakan salah satu tanaman holtikutura yang banyak dibudidayakan oleh petani di Kecamatan Sukomoro. Kondisi tanah yang cukup subur dan produktif membuat petani mudah membudidayakan tanaman bawang merah. Petani di kecamatan sukomoro sebagian besar menanam bawang merah sepanjang tahun sebanyak 2-3 kali masa tanam. Pada musim kemarau sangat cocok untuk menanam bawang merah dengan cukup air sehingga hasil yang

diperoleh cukup bagus. Tidak hanya menanam bawang merah, tetapi petani juga mengiri dengan tanaman lainnya secara bergantian agar tetap menjaga kesuburan tanah.

Produksi bawang merah, ditinjau dari segi distribusi penjualannya, sebagai besar hasil bawang merah cenderung dijual kedalam wilayah sendiri di Jawa Timur, yakni sebesar 79,46%. Sementara hasil bawang merah lainnya diperdagangkan di Jawa Tengah, Bali, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Barat, dan Kalimantan Timur.

Dalam mendistribusikan hasil pertanian dari petani hingga sampai kepada konsumen, diperlukan adanya pola distribusi tataniaga agar mempermudah pendistribusian. Terdapat beberapa pelaku yang terlibat dalam tataniaga, yaitu :

1. Petani adalah produsen penghasil bawang merah, petani sebagai pihak yang memproduksi bawang merah dari sebelum di tanam, masa tanam, dan setelah panen.
2. Tengkulak adalah seseorang yang membeli hasil pertanian dari petani. Terdapat dua metode pembelian yang dilakukan oleh tengkulak terhadap hasil pertanian bawang merah dari petani yaitu, (i) dengan cara mendatangi langsung di sawah (tebas), biasanya hal ini dilakukan ketika harga bawang merah naik dan (ii) mendatangi langsung kerumah petani. Setelah hasil pertanian ditangan tengkulak, maka akan dijual kembali ke pedagang lainnya atau ke pasar.
3. Pedagang besar adalah pedagang yang usahanya membeli barang dalam jumlah besar kemudian dijualnya lagi ke pedagang kecil (eceran) dan biasanya barang dagangan yang dijual kepada pedagang kecil juga dalam jumlah yang besar.
4. Pedagang pengepul adalah pedagang yang menerima hasil pertanian dengan harga yang relatif murah, biasanya bawang merah yang dijual ke

pedagang pengepul adalah bawang merah yang akan dijadikan bibit dikarenakan pada umumnya pedagang pengepul memiliki gudang penyimpanan sehingga mampu menampung hasil pertanian bawang merah dalam jumlah besar untuk dijual ketika harga mengalami kenaikan.

5. Pedagang pengecer adalah pedagang yang kegiatannya berkaitan dengan penjualan barang dan jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk kepentingan konsumsi pribadi atau non bisnis dalam volume eceran/satuan.
6. Konsumen adalah pembeli akhir yang menikmati hasil produksi bawang merah baik berupa bawang merah yang sudah diolah ataupun berupa bawang merah yang masih belum diolah menjadi produk siap makan.

Para pelaku tataniaga tersebut yang nantinya akan berperan dalam mendistribusikan hasil pertanian bawang merah dari petani kepada konsumen. Dalam mendistribusikan hasil *outputnya* terdapat beberapa alur tataniaga yang ditemukan peneliti di lapangan. Berikut merupakan alur tataniaga distribusi bawang merah di Kecamatan Sukomoro:

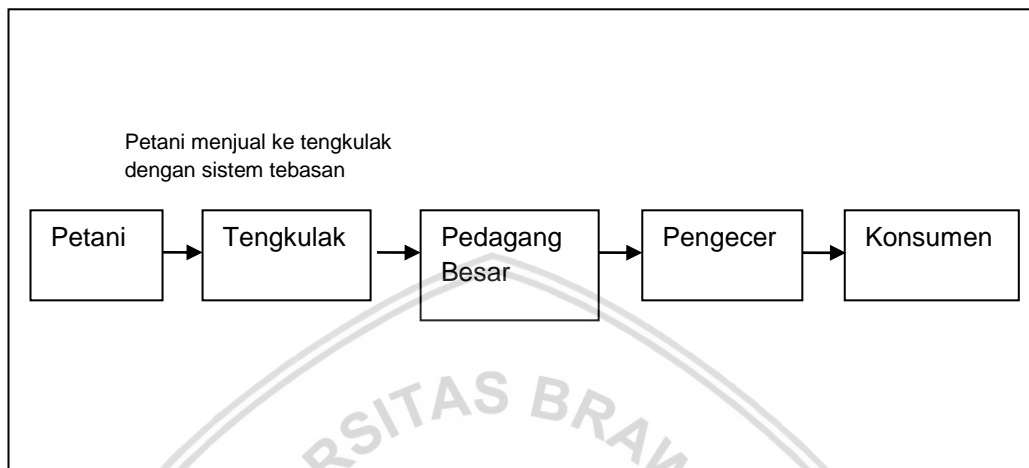
4.2.1 Pola Pertama (Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen)

Pola pertama merupakan pola paling panjang dari produsen sampai kepada konsumen dibandingkan dengan pola lainnya. Pada pola pertama ini menjelaskan bahwa petani menjual ke tengkulak dengan tujuan untuk meminimilasi adanya biaya transaksi lebih akibat adanya biaya produksi tambahan yang harus dikeluarkan oleh petani dan pendistribusian tengkulak ke pelaku tataniaga lainnya juga menjadi pertimbangan harga yang didapatkan oleh petani.

Ditinjau dari segi harga, harga bawang merah mengalami fluktuasi hampir setiap bulannya. Flutktuasi harga tersebut cenderung mengikuti jumlah produksi

yang dihasilkan oleh petani. Harga bawang merah menjadi penting bagi konsumen dalam keputusan untuk membeli produk tersebut, sedangkan harga juga penting bagi petani dalam memperoleh hasil pertaniannya ketika panen.

Gambar 4.1 Pola Tataniaga Pertama



Sumber: Data Lapangan, 2018

Fluktuasi harga bawang merah akan melonjak tinggi ketika dalam keadaan sebelum panen raya. Bawang merah akan mengalami kenaikan harga secara signifikan, yang diakibatkan tingginya permintaan akan bawang merah, sedangkan tidak diimbangi dengan jumlah pasokan bawang merah yang tersedia.

Pada pola pertama gambar 4.1 menjelaskan ketika harga bawang merah naik, tengkulak cenderung membeli bawang merah secara langsung dengan mendatangi ke sawah milik petani atau yang biasanya disebut sistem tebas yakni tengkulak membeli hasil pertanian bawang merah ke petani berdasarkan hasil jumlah panen. Semua biaya penanganan selanjutnya menjadi tanggungan tengkulak.

Tengkulak akan menyerahkan sejumlah uang sebagai uang muka (panjer). Jika kelak bawang merah jadi diambil maka uang yang diserahkan diperhitungkan sebagai bagian dari pembayaran, dan jika tidak jadi diambil oleh tengkulak maka uang itu akan hangus. Panjer dalam hal ini berfungsi sebagai

pengikat bagi petani, dalam artian bahwa si petani tidak boleh menjual hasil panennya kepada orang lain.

Petani akan merasa diuntungkan dikarenakan petani tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan lagi untuk memproduksi bawang merah setelah panen. Oleh karena itu, sebagian besar petani yang memiliki kualitas bawang merah bagus akan memilih menjual ke tengkulak yang mendatangi lahan pertaniannya. Kondisi ini dapat meminimalisir biaya transaksi yang dikeluarkan petani, seperti: biaya pengangkutan bawang merah dari sawah sampai kerumah, biaya pemotongan bawang merah, dan biaya perawatan bawang merah setelah panen, pernyataan ini seperti yang diungkapkan oleh bapak Sukiran salah satu petani yang sering menjual hasil pertaniannya di sawah ke tengkulak,

“petani lebih senang kalau hasil pertaniannya semisal bagus langsung dijual aja di sawah, biasanya kalau harga naik dan pasokan bawang merah sedikit karena belum masa panen, nah itu pasti akan banyak tengkulak yang datang ke sawah-sawah petani. Jadi kita tidak perlu repot-repot lagi di rumah, belum kalau di rumah, kita mengeluarkan biaya buat pengangkutan dari sawah ke rumah ditambah biaya perawatan setelah panen seperti mengeringkan bawang merah dan memotong bawang merah sampai bisa terjual. Harganya pun apabila dihitung-hitung rata-rata juga lebih mahal ditebas mbak. Jadinya ya kita merasa senang kalau bawang merahnya bisa dijual tebasan.”

Umumnya petani bawang merah yang menjual sistem tebasan akan menentukan calon pembeli bawang merah (tengkulak) yang memiliki penawaran lebih tinggi. Kesepakatan harga yang terjadi antara tengkulak dengan petani terjadi secara lisan. Tengkulak akan membeli bawang merah secara rombongan berdasarkan luas lahan. Ketika harga naik harga yang didapatkan oleh petani bisa sekitar Rp 10.000.000 – Rp 12.000.000/ 50 ru (hitungan luas lahan dalam orang Jawa) tergantung kualitas dari bawang merah tersebut.

Dikarenakan pertimbangan petani untuk meminimalisir biaya transaksi yang ada dan dengan diberi penawaran dibeli secara tunai, menyebabkan petani

cenderung menerima harga yang ditawarkan oleh tengkulak, tanpa adanya negosiasi yang panjang untuk mendapatkan harga yang sewajarnya kepada petani. Keadaan tersebut menjadikan petani memiliki posisi daya tawar yang lemah terhadap penawaran yang diberikan oleh tengkulak.

Kecenderungan sikap petani yang demikian, diakibatkan keterbatasan petani dalam mengakses informasi tentang harga bawang merah. Tengkulak yang datang ke sawah akan mendatangi lahan petani sekitar 1-2 kali, apabila tidak ada kecocokan harga maka tengkulak cenderung akan mencari petani lain yang mau menjual hasil pertaniannya ke tengkulak. Oleh karena itu, petani tidak mempunyai kebebasan waktu dalam mencari informasi mengenai harga bawang merah. Selain itu, adanya *moral hazard* memberikan keuntungan bagi pelaku *oportunis* untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Tengkulak yang memiliki jaringan luas akan mendistribusikan hasil bawang merah dari petani ke pedagang besar, seperti dikirim ke pedagang besar keluar pulau Jawa atau dari pedagang besar disetorkan ke pengecer lainnya yang mewadahi penjualan bawang merah dalam skala besar. Tengkulak akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar apabila mendistribusikan langsung ke pedagang besar, dibandingkan didistribusikan ke pedagang lainnya.

Pada pola distribusi pertama ini tengkulak akan memberikan harga yang sedikit lebih tinggi kepada petani, dibandingkan harga yang didapat petani ketika tengkulak menyetorkan hasil dagangannya ke pedagang pengecer atau pengepul. Hal ini dijelaskan oleh pernyataan dari ibu Gun selaku salah satu tengkulak bawang merah,

“kalau semisal bawang merahnya saya setorkan ke pedagang besar, seperti saya mengirimnya ke luar Pulau Jawa atau saya setorkan lagi ke bos saya sehingga untung yang saya dapatkan juga lumayan banyak, jadi saya bisa berani mematok harga ke petani lebih tinggi daripada biasanya, misalnya saya kalau menjualnya ke pengecer saya memberikan harga ke petani mulai sekitar Rp 10.000/kg, tetapi kalau saya setorkan ke

pedagang besar bisa sampek Rp 15.000/kg – Rp 20.000/kg tergantung kualitas bawang merahnya. Jadi ada selisih harganya mbak”

Pedagang besar menjadi penentu harga bagi tengkulak dalam memberikan harga bawang merah terhadap petani. Dalam hal ini ketika harga mengalami kenaikan akan memberikan keuntungan yang besar kepada tengkulak. Namun pada kenyataannya, harga yang diberikan kepada petani cenderung masih stabil dan hanya mengalami kenaikan yang sedikit.

Pembentukan harga yang terjadi antara pedagang dengan petani masih belum sesuai dengan konsep Islam seperti yang dikemukakan oleh Al-Ghazali, bahwasannya dari mematok harga diperbolehkan mengambil keuntungan bagi pedagang dengan sewajarnya. Karena pada hakikatnya keuntungan yang sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak.

Pada pola distribusi pertama ini, konsumen sebagai pelaku tataniaga terakhir mendapatkan harga yang cukup tinggi dibandingkan dengan alur lainnya. Pada umumnya yang menjadi konsumen dalam pola distribusi ini adalah konsumen dalam skala besar.

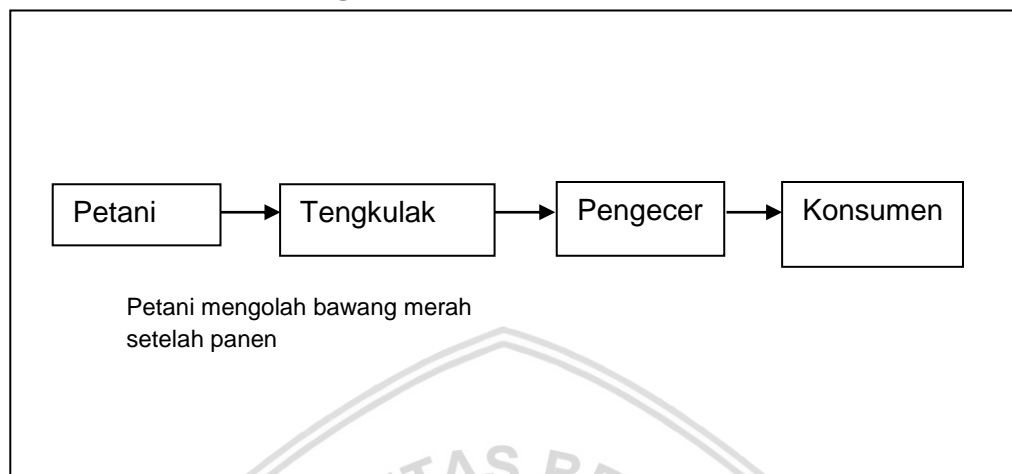
Secara umum, pada pola pertama distribusi bawang merah ini, berdasarkan fakta dilapangan dirasa kurang efisien untuk konsumen dikarenakan kenaikan harga yang diterima konsumen dalam membeli harga bawang merah. Sedangkan untuk petani cenderung mendapatkan kenaikan harga walaupun dalam jumlah sedikit. Hal ini kurang sesuai dengan konsep harga yang adil secara islam menurut Ibn Thaimiyah, dimana harga yang adil yaitu harga yang tidak menimbulkan kedzaliman (eksploitatif) untuk produsen dan memberikan keuntungan kepada konsumen.

4.2.2 Pola Kedua (Petani → Tengkulak → Pengecer → Konsumen)

Pada pola kedua menjelaskan keadaan petani di Kecamatan Sukomoro yang membawa hasil panennya sampai ke rumah. Kualitas bawang merah dapat

mempengaruhi harga bawang merah. Selain itu, kualitas bawang merah juga akan mempengaruhi pendistribusian ke pelaku tataniaga yang terlibat.

Gambar 4.2 Pola Tataniaga Kedua



Sumber ; Data Lapangan, 2018

Ketika dalam keadaan kualitas bawang merah yang kurang bagus, maka petani akan mengeluarkan biaya produksi yang lebih besar. Pada pola kedua petani harus mengolah bawang merah terlebih dahulu sebelum dijual ke tengkulak. Hal ini akan berdampak pada harga bawang merah yang diperoleh petani. Biaya-biaya yang harus dikeluarkan petani seperti :

- Biaya atas jasa pencabutan bawang ketika masih di sawah
- Biaya pengangkutan hasil bawang merah dari sawah ke rumah
- Biaya perawatan setelah berada di rumah, seperti mengeringkan bawang merah sebelum ditawarkan ke pedagang bawang merah
- Biaya pemotongan bawang merah sebelum di angkut oleh tengkulak untuk disetorkan ke pedagang pengecer

Biaya-biaya transaksi yang dikeluarkan oleh petani akan menjadi pertimbangan petani ketika menawarkan hasil pertaniannya ke pedagang bawang merah. Petani menginginkan mendapatkan harga yang sesuai dengan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga petani akan lebih selektif untuk menawarkan hasil pertaniannya. Pada umumnya, sebagian besar petani di

Kecamatan Sukomoro lebih memilih menjual hasil pertaniannya kepada tengkulak.

Petani akan melakukan tawar menawar harga dalam menetapkan harga bawang merah. Kesepakatan harga terjadi secara lisan. Petani akan memilih menjual hasil pertaniannya ke tengkulak yang memberikan harga yang tinggi, kecuali kepada langganan. Pada umumnya petani menjual ke tengkulak yang menjadi tetangganya sendiri.

Adanya motif sosial juga menjadi pertimbangan petani dalam memilih menjual ke tengkulak yang menjadi tetangganya sendiri yaitu adanya keberlanjutan penjualan dalam jangka panjang yang diharapkan petani, sehingga ketika panen petani tidak kebingungan akan menjual hasil pertaniannya, selain itu, tentu adanya motif ekonomi yang didapatkan oleh petani dengan tengkulak.

Apabila menjual ke tengkulak yang notabennya adalah tetangga sendiri, dirasa petani juga dapat meminimalisir risiko kerugian dalam segi *financial* sehingga petani lebih merasa aman dan memercayakan hasil pertaniannya ke tengkulak, seperti yang dipaparkan oleh bapak Diman selaku petani yang sering menjual hasil panennya ke tengkulak yang menjadi tetangga bapak Diman sendiri,

“saya biasanya lebih sering menjual bawang merah pas panen ke tengkulak yang tetangga sendiri. Soalnya kalau menjual ke tengkulak yang tetangga sendiri lebih enak. Uangnya itu kita gak perlu takut dibawa kabur (penipuan), walaupun harganya lebih rendah dibanding tengkulak luar desa, tapi jadi lebih tenang kita. Terkadang ada mbak, tengkulak yang dari luar beli bawang merah dengan harga yang lebih mahal, awalnya kita dikasih DP, pas setelah bawang merahnya diangkut katanya uangnya setelah bawang merahnya laku, tapi ada yang sampek berbulan-bulan gak dikasih. Jadi rugi kita jadinya. Makanya kita kalau jualnya ke tengkulak luar mikir-mikir dulu. Kita kan Cuma petani kecil, jadinya ya kita lebih milih-milih untuk menjual bawang merahnya, soalnya uang hasil panen kan nantinya buat modal nanam bawang merah lagi mbak”

Adanya berbagai resiko seperti yang dipaparkan bapak Diman, menjadikan kecenderungan kecil bagi petani untuk menjual hasil panennya ke

tengkulak luar yang belum menjadi langganan. Namun, berdasarkan fakta dilapangan tengkulak lebih cenderung memberikan harga lebih tinggi kepada petani yang baru menjual hasil pertanian kepadanya daripada yang sudah menjadi langganan.

Terdapat permainan harga yang sering dilakukan oleh tengkulak untuk menjadikan petani menjadi langganannya, supaya mereka bisa mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Gun selaku salah satu tengkulak di Kecamatan Sukomoro,

“Ada perbedaan harga, ketika saya membeli bawang merah ke petani yang sudah menjadi langganan dan petani yang baru-baru. Saya membeli ke petani yang baru-baru harganya saya naikkan sedikit misalnya ke yang petani baru pertama kali saya beli saya kasih harganya Rp 12.000/kg. Nah, yang petani yang menjadi langganan saya, saya kasih harga Rp 11.000/kg - 11.500/kg. Jadi ada perbedaan harga yaa gak banyak, Cuma dikit sekitar Rp 500/kg - Rp 1.000/kg saja supaya nanti yang petani baru-baru ini ketika mereka panen, mereka bisa menjualnya ke saya lagi. Nah, setelah jadi langganan nanti harganya baru saya kurangi dikit-dikit. Jadi tujuan awal ngasih harga agak lebih mahal ya supaya bisa menjadi langganan untuk kedepannya mbak.”

Pada hubungan yang menjadi langganan antara petani dengan pedagang telah ada saling kepercayaan, dimana petani menganggap pedagang akan memberikan harga ke petani sesuai yang berlaku di pasaran. Adanya motif sosial dan motif kepercayaan terhadap pedagang, menjadikan wadah bagi petani untuk mencari informasi mengenai harga bawang merah dari pedagang/tengkulak .

Petani sebagian besar mencari informasi mengenai harga bawang merah dengan bertanya secara langsung ke pedagang/tengkulak bawang merah di daerahnya (yang menjadi langganan) atau ke sesama petani dengan berlandaskan kepercayaan, seperti yang dilakukan oleh bapak Sukri

“saya tahunya harga bawang merah yaa biasanya dari sesama petani yang sudah menjual bawang merah terlebih dahulu. Kalau nggak gitu yaa dari pedagang/tengkulak bawang merah yang ada di desa saya (tetangga sendiri). Jarang nyari informasi harga bawang merah langsung ke pasar, soalnya jauh dari pasar. Yaa pokoknya kita percaya begitu

sama tengkulak yang ngasih informasi harga bawang merah, soalnya kan kita bertetangga, masa mereka mau dzolim sama tetangga sendiri mbak”

Dengan adanya motif kepercayaan ini, memberikan dampak negatif terhadap petani. Petani menjadi bergantung terhadap informasi mengenai harga bawang merah terbaru kepada pedagang/tengkulak. Posisi pasar yang jauh dengan rumah petani, menjadikan salah satu alasan keterbasan bagi petani dalam memperoleh harga langsung di pasar. Sehingga hal ini membuat petani cenderung menerima informasi harga yang diberikan dan menjadikan petani enggan untuk mencari informasi lebih detail.

Keterbasan petani dalam memperoleh informasi mengenai harga bawang merah, membuat petani akan memiliki posisi yang lemah pada tawar – menawar dengan tengkulak. Ketergantungan ini justru menjadikan keuntungan untuk tengkulak dalam memberikan harga seenaknya terhadap petani.

Perbedaan *position bargaining* yang rendah pada petani akan menjadikan tengkulak memiliki keleluasan dalam penetapan harga ke petani, sehingga akan mendapatkan keuntungan yang seoptimal mungkin karena tengkulak dalam hal ini berperan sebagai *price taker*. Petani akan cenderung pasrah dalam menerima harga yang ditawarkan oleh tengkulak.

Selain faktor *asimetris informasi*, pendistribusian bawang merah yang dilakukan tengkulak ke pelaku tataniaga lainnya, juga akan mempengaruhi harga yang terbentuk. Jika pada alur pertama, tengkulak mendistribusikan ke pedagang besar, petani akan mendapatkan harga sedikit tinggi maka beda halnya ketika tengkulak mendistribusikan bawang merah selanjutnya ke pengecer.

Pengecer dalam pola ini menerima bawang merah dalam skala kecil, sehingga harga yang didapatkan petani juga akan mengalami perbedaan. Selain itu, pembayaran yang dilakukan pengecer kepada tengkulak sebagai besar

dengan secara tidak tunai atau bisa dicicil. Hal ini juga akan menjadi salah satu pertimbangan tengkulak dalam menentukan harga ke petani.

Pada pola kedua, petani akan mendapatkan harga sebesar Rp 11.000/kg – Rp 13.000/kg tergantung dari kualitas bawang merah dari tengkulak yang menerima pembayaran dari pengecer secara tunai. Sedangkan, pengecer yang melakukan pembayaran diangsur ke tengkulak, maka tengkulak akan memberikan harga ke petani sebesar Rp 10.300/kg – Rp 12.000/kg, hal ini diungkapkan oleh ibu Parmi salah satu tengkulak di Kecamatan Sukomoro,

“kalau saya menjual bawang merah lagi ke pengecer itu harganya ke petani juga beda mbak. Nah, pengecer ini biasanya ada dua macam bayarnya ke saya. Misal, ada pengecer yang jualannya secara kecil-kecilan buat di ecer di luar kota keliling gitu mbak di rumah-rumah, itu biasanya mereka bayarnya dicicil dulu, setelah ngecer biasanya baru dilunasi atau nggak yaa pas mereka dapat untung lebih, soalnya biasanya mereka uangnya ya buat muter-muter dijadikan modal lagi. Kalau ke pengecer yang biasanya jualnya dalam skala sedang, mereka ngambilnya bawang merah banyak dan biasanya bayarnya ya langsung. Jadi yaa saya juga ada perbedaan pemberian harga ke petaninya mbak. Pokonya ya menyesuaikan saya setor panennya petani kemana”

Apabila diimplementasikan dengan teori menurut Ibn Khaldun, hal ini belum sesuai dengan syariat secara Islam. Dimana harga pada hakikatnya dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran barang, sehingga menghasilkan harga yang adil. Bukan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang mengakibatkan penerimaan harga ke petani menjadi rendah.

Dalam teori Ibn Khaldun juga menekankan bahwa harga sangat dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Penurunan harga akan menyebabkan kerugian bagi produsen (petani), dan sebaliknya kenaikan harga akan menyusahkan konsumen.

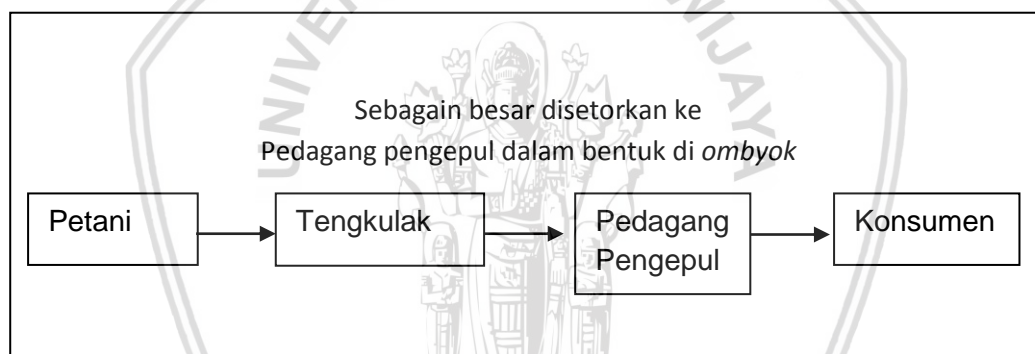
Pada pola kedua dapat disimpulkan kurang efisien dikarenakan petani yang memiliki kelemahan dalam tawar menawar dan pendistribusian ke pelaku tataniaga lainnya menyebabkan petani mendapatkan harga yang kurang tinggi dengan pertimbangan biaya transaksi yang dikeluarkan oleh petani. Begitu juga

dengan konsumen yang masih mendapatkan harga yang relatif tinggi, dikarenakan banyak pelaku tataniaga yang ikut andil dalam proses penyampaian barang ke konsumen secara langsung.

4.2.3 Pola Ketiga (Petani→Tengkulak→Pedagang Pengepul→Konsumen)

Petani di Kecamatan Sukomoro menanam bawang merah secara musiman. Jika musim kemarau kualitas bawang merah yang dihasilkan cenderung lebih bagus sehingga mendapatkan harga yang lebih tinggi. Pada musim penghujan, sebagian besar hasil bawang merah mengalami penurunan kualitas, hal ini disebabkan karena curah hujan yang tinggi sehingga mempengaruhi kualitas dan hasil yang didapat.

Gambar 4.3 Pola Tataniaga Ketiga



Sumber : Data Lapangan, 2018

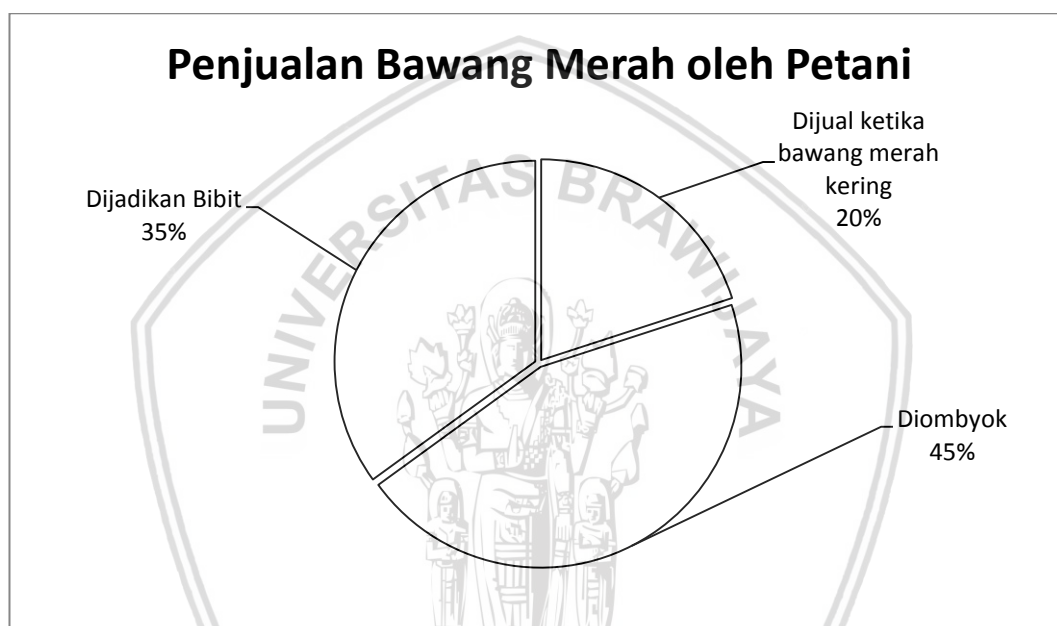
Pada pola ketiga menjelaskan kondisi ketika panen raya, yang menyebabkan fluktuasi harga tidak seimbang antara kuantitas bawang merah dengan kuantitas permintaan akan bawang merah. Pasokan bawang merah yang berlebih ketika panen raya mengakibatkan harga yang diterima petani menjadi rendah.

Apabila diimplementasikan dengan teori yang dikemukakan oleh Ibn Khaldun yaitu “penduduk kota besar memiliki *supply* bahan pokok yang melebihi kebutuhannya sehingga harga bahan pokok di kota besar relatif murah”. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika pasokan jumlah bawang merah berlebih maka

harga yang diperoleh petani akan rendah, meskipun permintaan akan bawang merah cenderung stabil.

Pada kondisi dalam pola ketiga, petani harus melakukan pengolahan terlebih dan akan lebih banyak mengeluarkan biaya produksi agar petani dapat menjual hasil panennya. Oleh karena itu, petani memiliki beberapa alternatif untuk menjual hasil pertaniannya, seperti dalam gambar 4.4.

Gambar 4.4 Prosentase Alternatif Penjualan Petani



Sumber : Data Lapangan, 2018

Berdasarkan survei di lapangan, terdapat beberapa pertimbangan yang dilakukan petani ketika menjual hasil pertaniannya pada kondisi panen raya, seperti :

- a. Dikarenakan sifat bawang merah yang mudah rusak sehingga tidak bisa bertahan lama dan keinginan petani untuk bisa mendapatkan hasil panennya dari segi ekonomi, membuat petani akan menjual sebagian hasil pertaniannya ketika bawang merah sudah kering sebanyak 20% walaupun dengan pertimbangan akan mendapatkan harga yang murah.

- b. Petani mengolah hasil panennya agar bisa bertahan lama dengan cara mengombyok sebesar 45% dari total panennya . Bawang merah yang di Ombyok merupakan bawang merah yang setelah panen dikeringkan sampai daunnya kering berwarna kuning, kemudian bawang merah diikat beserta daunnya. Tujuannya adalah agar bawang merah dapat disimpan dalam jangka waktu sekitar 1-3 bulanan, selain itu agar bisa dijual ketika harga mengalami kenaikan dan biasanya terdapat perbedaan harga ketika petani mengombyok bawang merah dengan menjualnya secara langsung setelah kering.
- c. Harga bawang merah yang murah, membuat petani lebih memilih sebagian panennya untuk diolah menjadi bibit bawang merah sebesar 35% agar bisa ditanam pada waktu tanam lagi.

Hal ini juga dijelaskan oleh salah satu petani bawang merah di Kecamatan Sukomoro, yaitu bapak Sukiran,

“kalau pas panen raya gini, susah mbak petani. Harga bawang merah nya murah jadi petani bingung jualnya kayak gimana. Kalau kondisinya seperti ini, petani lebih memilih mengombyok bawang merahnya mbak. Nanti pas harganya sudah mengalami kenaikan baru dijual, tapi yaa tidak sepenuhnya di ombyok. Ada yang sebagian dijual soalnya kita juga butuh uang, nah sebagiannya lagi biasanya dijadikan bibit. Soalnya eman-eman harganya murah sebenarnya kalau dijual.”

Keterbatasan media penyimpanan pada petani, akan mempengaruhi pertimbangan petani untuk segera menjual hasil pertaniannya. Kekurangan petani ini dapat dimanfaatkan oleh pedagang lainnya untuk menekan harga beli di tingkat petani. Dalam keadaan ini petani kurang mempunyai kekuatan untuk melakukan tawar menawar dengan pedagang bawang merah. Akibatnya, petani cenderung pasrah terhadap harga yang ditawarkan oleh pedagang.

Pada pola ketiga, hasil panen bawang merah petani akan dijual ke tengkulak dan biasanya ketika panen raya tengkulak akan menyetorkan dagangannya ke pedagang pengepul untuk diproses selanjutnya. Pedagang

pengepul memiliki gudang penyimpanan yang besar sehingga dari pedagang pengepul akan dijual lagi ke konsumen dalam bentuk bibit bawang merah yang siap untuk ditanam.

Pada pola ketiga, tengkulak akan mendatangi langsung kerumah petani untuk melakukan tawar menawar secara langsung dengan petani. Terdapat perbedaan harga yang mencolok ketika musim panen raya. Akibat pasokan bawang merah yang berlebih ketika musim panen raya, menyebabkan petani akan mendapatkan harga yang relatif lebih rendah daripada pola lainnya.

Berdasarkan fakta di lapangan, ketika panen raya, petani yang menjual bawang merahnya setelah dikeringkan akan mendapat harga sebesar Rp6.000/kg – Rp 8.000/kg tergantung kualitas dari bawang merah tersebut. Berbeda halnya ketika bawang merah itu di *ombyok*, petani akan mendapatkan harga yang cenderung lebih tinggi yaitu sebesar Rp 11.000/kg – Rp 13.000/kg nya.

Kenaikan harga yang didapat petani apabila *mengombyok* bawang merah tersebut, juga diimbangi dengan adanya biaya produksi lebih yang harus dikeluarkan oleh petani. Hal ini akan berdampak pada keuntungan yang didapat oleh petani bawang merah. Harga yang didapat petani pada pola ketiga ini cenderung lebih rendah dibandingkan pola lainnya. Selain itu, keuntungan yang didapat oleh petani akan cenderung lebih kecil dibandingkan pola lainnya.

Apabila diimplementasikan menurut para ulama agama Islam, bahwasannya penetapan harga seseuai dengan syariat Islam hanya ditentukan dalam mekanisme pasar Islam. Dimana harga setara merupakan hasil yang dibentuk oleh kekuatan pasar yang menggambarkan atas kekuatan permintaan dan penawaran. Sehingga, harga yang terbentuk sebesar Rp 7.000/kg, tidak sesuai dengan kaidah Islam, dimana harga cenderung dikuasai oleh pedagang

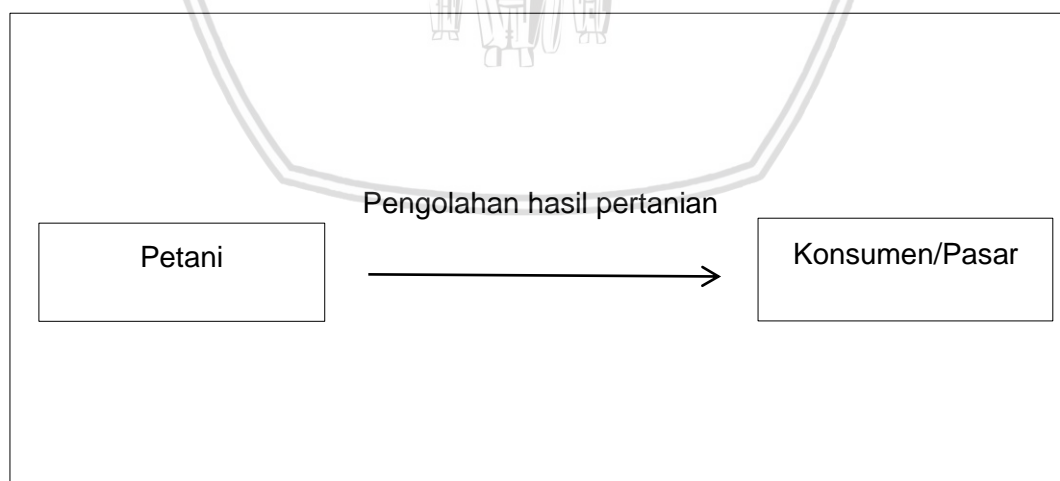
bawang merah dan petani cenderung pasrah karena lemahnya posisi tawar menawar.

Pada pola ketiga ini kurang efisien bagi petani. Fluktuasi harga ketika panen raya dengan pasokan bawang merah berlebih menyebabkan harga yang didapat oleh petani menjadi rendah. Kurangnya daya tawar pada petani juga menjadikan petani cenderung pasrah dengan harga yang diberikan tengkulak/pedagang bawang merah, sehingga hal ini juga akan mempengaruhi keuntungan yang didapatkan oleh petani.

4.2.4 Pola Keempat (Petani → Konsumen)

Pada pola keempat ini merupakan pola terpendek pada distribusi tataniaga bawang merah yang dilakukan oleh petani. Pola ini terjadi ketika petani menjual sebagian hasil pertaniannya langsung ke konsumen dan sebagiannya lagi ke tengkulak. Jumlah barang yang diminta oleh konsumen cenderung sedikit dan pada umumnya yang menjadi konsumen adalah tetangga sekitar yang membutuhkan bawang merah sebagai bahan bumbu masakan.

Gambar 4.5 Pola Tataniaga Keempat



Sumber : Data Lapangan, 2018

Petani harus melakukan pengolahan terhadap bawang merah yang akan dijual ke konsumen. Pengolahan ini bertujuan untuk konsumen agar bisa menikmati hasil pertanian petani secara langsung. Petani memberikan harga

kepada konsumen sebesar Rp 12.000/kg – Rp 15.000/kg nya. Harga yang ditawarkan petani ke konsumen lebih murah dibandingkan dengan harga yang diterima konsumen pada pola lainnya.

Hubungan yang terjadi diantara petani dengan konsumen secara langsung dikarenakan adanya motif sosial atau tolong menolong sesama tetangga. Dimisalkan, ketika ada seseorang yang kekurangan bibit untuk ditanam, maka petani akan menjualnya secara langsung. Petani tidak hanya mementingkan keuntungan secara ekonomis, namun juga dampak sosial dari penjualan ini yang menjadikannya lebih bersosial kepada masyarakat sekitar. Harga yang ditawarkan oleh petani kepada konsumen cenderung lebih murah daripada pelaku tataniaga lainnya.

Petani dapat melakukan proses tawar menawar secara langsung kepada konsumen untuk mendapatkan kesepakatan harga yang sesuai. Terdapat kebebasan dalam mengakses informasi mengenai harga bawang merah oleh petani, sehingga petani dapat menentukan harga yang sesuai.

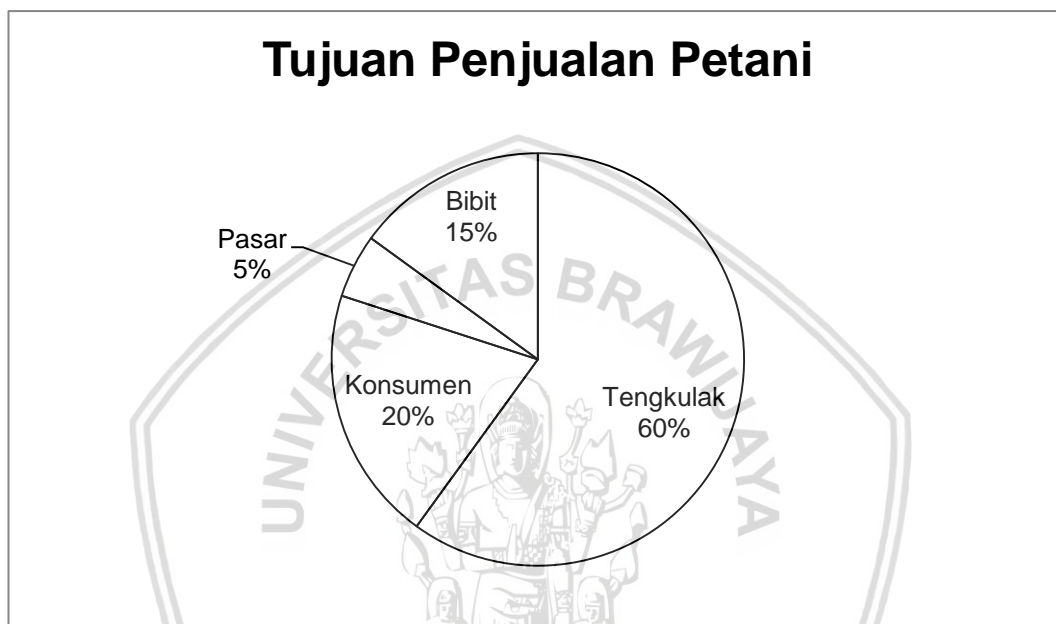
Namun, terdapat beberapa kendala dalam pengelolaan bawang merah oleh petani, seperti :

- a. Bertambahnya biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh petani
- b. Petani tidak mau bersusah payah untuk mengolah hasil bawang merah
- c. Petani ingin cepat menikmati hasil panen yang didapat

Keadaan tersebut menjadikan petani enggan untuk mengolah hasil pertaniannya sendiri dan menjualnya langsung ke konsumen. Petani sebagian besar lebih memilih alternatif menjual ke tengkulak, dengan alasan agar segera menikmati hasil panennya, walaupun cenderung mendapatkan harga yang lebih murah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh bapak Diman

“ kalau menjualnya ke konsumen itu habisnya lama, sedangkan hasil panen bawang merahnya terkadang kan banyak jadi kita lama menikmati hasil pertanian kita kalau dijualnya ke konsumen, tetapi kalau ditengkulak itu cepet, soalnya kan biasanya dalam waktu satu hari kita bisa langsung menerima uang hasil panen bawang merahnya, setelah bawang merah diangkut tengkulak, biasanya sorenya atau nggak 1-2 hari kita udah menerima uang hasil panen, jadi lebih cepet menikmati hasil panennya, ya walaupun sebenarnya harga bawang merahnya lebih mahal ketika dijual ke konsumen langsung (tetangga).”

Gambar 4.6 Tujuan Penjualan Petani



Sumber : Data Lapangan, 2018

Menurut hasil survei dilapangan, hasil keseluruhan panen oleh petani disetorkan kepada penebas sebanyak 60% dari total panennya. petani masih menawarkan hasil pertaniannya ke tengkulak/ pedagang bawang merah lainnya. 5% dijual langsung ke pasar. Petani yang menjual langsung ke pasar biasanya petani yang memiliki koneksi dengan pedagang bawang merah yang ada di pasar, sehingga memudahkan petani untuk menjualnya. 20% dijual langsung ke konsumen dan dikonsumsi sendiri serta 15% lainnya dijadikan bibit untuk ditanam kembali.

Hal ini menunjukkan bahwa ketergantungan petani untuk menjual hasil pertaniannya ke pedagang/tengkulak masih relatif tinggi. Perilaku yang kurang

produktif menjadi alasan bagi petani untuk menerima hasil secepatnya dengan risiko keuntungan yang lebih sedikit, daripada memproduksi sendiri agar mendapatkan keuntungan yang relatif lebih besar.

Keterbatasan modal juga menjadi salah satu alasan kenapa petani enggan untuk memproduksi bawang merah sendiri. Terdapat beberapa modal yang didapat petani dari lembaga informal seperti gapoktan atau poktan di daerah masing-masing.

Namun, tidak semua petani mendapatkan bantuan dari lembaga informal. Pada umumnya, bantuan modal dilakukan secara bergilir dengan petani lainnya. Hal ini dijelaskan oleh pak Yono, selaku ketua gapoktan di Kecamatan Sukomoro,

“ada bantuan buat petani mbak, bantuannya tapi yaa bergilir, soalnya kita juga berdasarkan kondisi keuangan kas. Biasanya 30% dari total anggota yang dapet bantuan modal.”

Dalam beberapa pola distribusi tataniaga di Kecamatan Sukomoro, pola keempat merupakan pola yang paling efisien dan baik sesuai dengan dilapangan. Efisiennya pola ini dibandingkan dengan pola lainnya yaitu, penerimaan harga bawang merah yang didapatkan oleh petani lebih besar, sehingga petani mendapatkan keuntungan yang diharapkan dan konsumen bisa mendapatkan harga yang relatif lebih murah.

Selain itu, dalam pola keempat ini memberikan wawasan kepada petani untuk menjadi lebih produktif lagi, agar tidak terlalu bergantung menjual hasil pertaniannya ke tengkulak. Petani dapat lebih berkreasi untuk mengolah hasil pertaniannya menjadi barang yang siap dikonsumsi oleh konsumen. Sehingga selain menjadi petani sawah, petani dapat menjual hasil pertaniannya sendiri.

Pada umumnya, berdasarkan fakta di lapangan masih sedikit petani yang menjual hasil pertaniannya ke pasar bawang merah secara langsung. Dikarenakan sulitnya akses petani ke pasar dan berbagai pertimbangan biaya

transaksi yang harus dikeluarkan seperti, mengenai biaya pengangkutan ke pasar, biaya pemotongan bawang merah, dan biaya pengemasan sehingga sebagian besar petani menjualnya ke tengkulak. Sehingga hal ini menjadi kebiasaan bagi petani untuk menjual hasil pertaniannya ke tengkulak dan kurangnya informasi yang didapat petani mengenai harga pasar.

Secara umum, lembaga pelaku tataniaga pendistribusian bawang merah sangatlah beragam dan masih belum terstruktur dengan baik. Begitupun dengan lembaga informal pertanian yang kurang bisa berjalan dengan maksimal. Jika struktur tataniaga dapat berjalan dengan baik, terlebih lembaga infromalnya, maka diharapkan akan mendorong kesejahteraan petani bawang merah.

4.3 Permasalahan Kelembagaan Tataniaga

Kelembagaan tataniaga bawang merah memiliki peranan penting dalam mendistribusikan hasil pertanian bawang merah di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk. Dengan adanya kelembagaan tataniaga memudahkan petani untuk menjual hasil pertaniannya sampai kepada konsumen. Namun, dalam praktiknya kelembagaan tataniaga belum bisa berjalan dengan optimal.

Hal ini dikarenakan adanya hambatan-hambatan dari petani untuk bisa menawarkan bawang merah dengan harga yang seefisien mungkin. Berikut merupakan permasalahan-permasalahan yang sering dihadapi oleh petani bawang merah :

a. Asimetris Informasi

Permasalahan tataniaga yang sering sekali dihadapi oleh petani adalah adanya *asimetris* informasi. Keadaan ini membuat petani memiliki keterbatasan dalam mengakses atau mencari informasi mengenai harga bawang merah terbaru secara detail dan akurat. Dimana informasi ini akan berguna untuk petani dalam melakukan tawar menawar dengan tengkulak atau pedagang pengepul bawnag merah.

Petani dapat memiliki harga yang lebih tinggi sesuai dengan yang dipasaran. Penetapan harga beli oleh petani dengan tengkulak sering sekali dilakukan tidak sesuai dengan harga yang berlaku di pasar. Petani ingin segera menjual hasil pertaniannya dikarenakan sifat bawang merah yang cepat mudah rusak. Oleh karena itu petani tidak terlalu memikirkan keuntungan yang berlebih yang harus didapatkannya.

b. Tingginya Biaya Produksi

Dalam memproduksi bawang merah, ada beberapa biaya yang harus dikeluarkan oleh petani yaitu

- Biaya sebelum menanam bawang merah, seperti : biaya pengolahan lahan untuk dijadikan lahan yang siap ditanami
- Biaya perawatan bawang merah, seperti : biaya untuk pupuk, obat, menyiangi rumput, dan biaya pengairan
- Biaya setelah panen, seperti ; biaya pengangkutan dari sawah ke rumah, biaya untuk mengeringkan bawang merah agar bisa dijual, dan biaya pemotongan bawang merah untuk siap di jual.

Tingginya biaya produksi yang harus dikeluarkan petani membuat petani akan mempertimbangkan harga dalam menawarkan hasil pertaniannya. Oleh karena itu petani akan lebih memilih menjual hasil pertaniannya ke pedagang atau tengkulak yang menawarkan harga beli kepada petani yang tinggi.

c. Lemahnya Tawar Menawar Petani

Faktor terpenting dalam pembentukan harga adalah kekuatan permintaan dan penawaran. Hal tersebut dipengaruhi oleh adanya tawar-menawar antara penjual (petani) dengan pembeli hasil pertanian (pedagang). Adanya biaya transaksi yang ditimbulkan akan mempengaruhi tawar menawar petani ke pedagang.

Adanya perbedaan posisi *bargaining power* menyebabkan lemahnya daya tawar menawar pada petani. Posisi *bargaining power* yang rendah ini menurut ekonomi kelembagaan disebabkan keterbatasan informasi yaitu suatu kondisi dimana informasi tidak asimetris (*information asymmetry*) karena salah satu pelaku transaksi memiliki informasi yang lebih dibanding pelaku lainnya. Sehingga pelaku yang mendapatkan informasi lebih akan berperan sebagai *price taker*, hal ini akan menyebabkan pelaku lainnya cenderung pasrah menerima harga yang ditawarkan.

d. Panjangnya pola Distribusi Akan Berakibat Rendahnya Pendapatan yang Diterima Petani

Pola distribusi tataniaga bawang merah berlaku bagi semua pelaku tataniaga dari petani sampai kepada konsumen. Perbedaan dari pola distribusi pertama sampai keempat akan mempengaruhi pendapatan petani dari segi harga yang didapatkan petani dan keuntungan yang didapat. Semakin panjang pola distribusi tataniaga akan mengakibatkan harga yang didapat petani semakin rendah, hal ini menunjukkan semakin banyaknya pelaku tataniaga yang terlibat, akan mempengaruhi harga yang didapat petani dan konsumen.

Panjangnya pola distribusi ini dipengaruhi oleh adanya biaya transaksi yang dikeluarkan. Semakin tinggi biaya transaksi yang dikeluarkan maka harga yang didapatkan petani akan semakin rendah.

4.4 Ringkasan Hasil Penelitian

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan, maka dalam tabel 4.3 akan dijelaskan secara ringkas yang dilakukan oleh peneliti guna memudahkan dalam memahami penelitian ini. Adapun ringkasan mengenai hasil penelitian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :



Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Penelitian

No	Pola	Pembahasan	Kesimpulan
1	Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Tengkulak → Konsumen	Pada pola pertama menjelaskan ketika harga naik, sebagian besar tengkulak akan membeli bawang merah petani dengan cara langsung mendatangi ke lahan petani yaitu dengan sistem tebas. Harga yang diberikan berdasarkan luas lahan petani, dan transaksi terjadi secara lisan. Tengkulak akan menyerahkan sejumlah uang sebagai uang muka (panjer). Dalam pola pertama ini petani dapat meminimalisir biaya produksi, karena semua biaya penanganan selanjutnya menjadi tanggungan tengkulak. Tengkulak akan mendistribusikan hasil pertanian petani selanjutnya ke pedagang besar untuk disetorkan lagi ke pengecer dalam skala besar. Pedagang besar menentukan tengkulak untuk menentukan harga ke petani. Dalam pola pertama ini petani akan mendapatkan harga yang sedikit tinggi yaitu sebesar Rp 10.000.000 – Rp 12.000.000/ru tergantung kualitas bawang merah. Pada pola pertama ini dikarenakan pertimbangan untuk meminimalisir biaya transaksi yang ada menyebabkan petani cenderung menerima harga yang ditawarkan oleh tengkulak tanpa adanya negosiasi panjang yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Tengkulak akan mendatangi sawah petani sebanyak 1-2 kali untuk melakukan tawar-menawar, apabila tidak ada kecocokan tengkulak akan mencari petani lain yang mau menjual hasil pertanian ke tengkulak. Sehingga adanya tenggang waktu sedikit pada petani menjadikan petani tidak mempunyai kebebasan dalam mencari informasi harga.	Pada pola pertama ini dirasa kurang efisien dikarenakan harga yang diterima oleh konsumen lebih tinggi daripada pola lainnya. Sedangkan tengkulak ketika mendistribusikan selanjutnya ke pedagang besar akan mendapatkan keuntungan yang besar. Namun, harga yang didapatkan petani cenderung masih stabil dan hanya mengalami kenaikan yang sedikit.
2	Petani → Tengkulak → Pengecer → Konsumen	Pada pola kedua tengkulak membeli hasil panen petani dengan cara mendatangi langsung kerumah petani. Keadaan ini terjadi ketika kualitas bawang merah kurang bagus sehingga petani harus mengeluarkan biaya produksi lebih dari sebelum panen sampai sesudah panen. Pada pola kedua petani menjual ke tengkulak yang notabennya adalah tetangga sendiri dikarenakan adanya motif sosial selain motif ekonomi yang didapat oleh petani ke tengkulak. Adanya motif sosial dan ekonomi menyebabkan timbulnya motif kepercayaan petani ke tengkulak untuk mencari informasi mengenai harga bawang merah, sehingga menjadikan ketergantungan bagi petani untuk mencari informasi harga secara detail. Hal ini akan menyebabkan perbedaan <i>position bargaining</i> yang rendah pada petani dan tengkulak yang menjadi <i>price taker</i> akan memiliki keleluasaan dalam menetapkan harga ke petani. Harga yang diberikan tengkulak ke petani berdasarkan pembayaran yang dilakukan oleh pengecer ke tengkulak. Pada pola kedua ini petani mendapatkan harga sebesar Rp 11.000/kg – Rp 13.000/kg dari tengkulak yang menerima	Pada pola kedua ini dirasa kurang efisien petani yang memiliki perbedaan <i>position bargaining power</i> yang rendah dikarenakan menjual ke adanya motif sosial dan kepercayaan selain motif ekonomi terhadap tengkulak menyebabkan petani cenderung menerima harga dari tengkulak. Selain itu, ke pendistribusian ke pelaku tataniaga lainnya (pengecer)

No	Pola	Pembahasan	Kesimpulan
		pembayaran secara tunai dari pengecer. Sedangkan petani akan mendapatkan harga sebesar Rp 10.300/kg – Rp 12.000/kg dari tengkulak yang menerima pembayaran dari pengecer secara diangsur/kredit.	menyebabkan petani mendapatkan harga yang kurang tinggi, begitu juga konsumen masih mendapatkan harga yang relatif tinggi karena banyaknya pelaku tataniaga yang terlibat didalam pola distribusi
3	Petani→ Tengkulak→ Pedagang Pengepul→ Konsumen	<p>Pada pola ketiga ini menjelaskan kondisi ketika panen raya, dimana harga bawang merah mengalami fluktuasi harga tidak seimbang antara jumlah pasokan bawang merah yang berlebih dengan permintaan bawang merah yang cenderung tetap, sehingga hal ini menyebabkan harga bawang merah yang didapatkan petani menjadi rendah (murah).</p> <p>Pada kondisi panen raya dikarenakan harga bawang merah turun petani harus melakukan pengolahan yang menimbulkan biaya transaksi lebih yang harus dikeluarkan oleh petani. Petani memiliki beberapa alternatif penjualan yang dilakukan seperti : 20% dari total keseluruhan panen dijual langsung oleh petani ke tengkulak ketika bawang merah kering, kemudian 45% diolah petani menjadi bawang merah <i>ombyokan</i> untuk mengawetkan bawang merah agar bisa dijual dengan tempo waktu agak lama, dan 35% dari keseluruhan panen petani dijadikan bibit untuk ditanam ketika musim tanam. Terdapat perbedaan harga yang didapatkan oleh petani ketika menjual langsung setelah kering dengan <i>diombyok</i>. Petani akan mendapatkan harga Rp 6.000/kg – Rp 8.000/kg apabila menjual bawang merah langsung setelah kering sedangkan petani akan mendapatkan harga Rp 11.000/kg- 13.000/kg ketika menjual bawang merah yang dalam bentuk <i>ombyokan</i>. Ketika panen raya petani harus mengeluarkan biaya transaksi lebih untuk menjual hasil panennya. Namun hal itu tidak diimbangi dengan harga yang didapatkan petani cenderung rendah. Pada kondisi harga murah tengkulak akan menekan harga beli ke petani, sehingga petani cenderung pasrah menerima harga dari tengkulak karena posisi tawar menawar petani yang lemah. Pada pola ketiga ini petani menjual ke tengkulak yang akan didistribusikan selanjutnya ke pedagang pengepul, dikarenakan pedagang pengepul mempunyai gudang penyimpanan yang luas, sehingga mampu menampung hasil panen petani, dan biasanya pedagang</p>	<p>Pada pola ketiga ini kurang efisien bagi petani. Fluktuasi harga dengan pasokan bawang merah berlebih menyebabkan petani akan mendapatkan harga yang rendah dengan tingginya biaya transaksi yang harus dikeluarkan oleh petani.</p>

No	Pola	Pembahasan	Kesimpulan
4	Petani → Konsumen	Pada pola keempat merupakan pola terpendek dalam distribusi tataniaga bawang merah yang dilakukan oleh petani. Petani harus melakukan pengolahan terhadap bawang merah yang akan dijual langsung ke konsumen. Pada pola keempat ini petani mendapatkan harga Rp 12.000/kg - Rp 15.000/kg nya. Harga yang ditawarkan petani ke konsumen lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pelaku tataniaga lainnya ke konsumen. Hubungan yang terjadi diantara petani dengan konsumen secara langsung dikarenakan adanya motif sosial. Pada pola keempat ini terdapat kebebasan petani dalam mengakses informasi mengenai harga bawang merah. Namun, masih adanya beberapa kendala yang dirasakan oleh petani, menjadikan petani enggan untuk mengolah hasil bawang merah dan menjualnya langsung ke konsumen. Berdasarkan hasil survei lapangan, sebanyak 60% hasil panen petani masih dijual ke tengkulak dimana hal ini menjadikan petani lebih mudah dan mengurangi biaya produksi dalam menjual panennya apabila ke tengkulak. 5% dijual petani ke pasar Sukomoro, 20% dari hasil panen dijual langsung ke konsumen dan untuk dikonsumsi sendiri. Serta 15% lainnya dijadikan bibit untuk ditanam kembali. Keterbatasan modal merupakan salah satu alasan bagi petani enggan untuk memproduksi bawang merah sendiri. Petani mendapatkan bantuan modal dari lembaga informal petani seperti gapoktan dan poktan secara bergiliran. Ketergantungan petani dalam menjual hasil panennya ke tengkulak menjadikan alasan bagi petani untuk menerima hasil secepatnya walaupun keuntungan yang didapatkan lebih sedikit daripada menjual langsung ke konsumen.	Pada pola ini dirasa efisien bagi petani, karena petani mendapatkan harga yang sesuai dengan diharapkan dan konsumen mendapatkan harga yang rendah daripada pola lainnya. Petani juga memiliki keluasaan dalam mengakses informasi harga bawang merah sehingga petani bebas melakukan tawar-menawar dengan konsumen secara langsung. Namun, adanya biaya transaksi lebih serta kurangnya sikap produktif petani menjadikan petani lebih sering menjual hasil ke tengkulak dengan harga yang cenderung lebih murah dan mengakibatkan keuntungan yang didapatkan petani juga sedikit.
5	Permasalahan Kelembagaan Tataniaga	<p>(a) Asimetris Informasi</p> <p>Merupakan permasalahan tataniaga yang sering dihadapi oleh petani bawang merah. Keadaan dimana petani memiliki keterbatasan dalam mengakses/mencari informasi harga bawang merah terbaru secara detail dan akurat. Informasi harga sangat berguna bagi petani dalam proses tawar-menawar yang akan dilakukan dengan tengkulak agar petani memiliki kekuatan <i>bargaining</i> dalam penetapan harga bawang merah.</p>	<p>(a) Asimetris Informasi</p> <p>Kebebasan dalam mengakses informasi harga bawang merah pada petani berperan penting dalam proses tawar-menawar yang akan dilakukan oleh petani dengan tengkulak.</p>

No	Pola	Pembahasan	Kesimpulan
		<p>(b) Tingginya Biaya Produksi Ada beberapa biaya yang harus dikeluarkan oleh petani dari sebelum menanam bawang merah, biaya perawatan selama menanam.bawang merah, dan biaya yang harus dikeluarkan setelah panen.</p> <p>(c) Lemahnya Tawar Menawar Petani Faktor terpenting dalam pembentukan harga adalah kekuatan permintaan dan penawaran antara petani dengan tengkulak. Adanya perbedaan <i>position bargaining power</i> yang disebabkan salah satunya oleh asimetris informasi mengakibatkan petani cenderung pasrah menerima harga yang ditawarkan oleh tengkulak yang notabennya adalah yang mempunyai informasi lebih sehingga berperan sebagai <i>price taker</i>.</p> <p>(d) Panjangnya Pola Distribusi Perbedaan dari pola distribusi pertama sampai keempat akan mempengaruhi pendapatan petani dari segi harga yang didapatkan petani yang akan berpengaruh pada keuntungan yang didapatkan oleh petani. Panjangnya pola distribusi ini dipengaruhi oleh adanya biaya transaksi yang dikeluarkan, dimana semakin biaya tinggi biaya transaksi yang dikeluarkan oleh petani maka harga yang didapatkan oleh petani juga akan semakin rendah.</p>	<p>(b) Tingginya Biaya Produksi Akibat adanya biaya-biaya lebih yang dikeluarkan oleh petani menjadikan petani lebih memilih menjual hasil pertaniannya ke tengkulak daripada ke konsumen secara langsung.</p> <p>(c) Lemahnya Tawar Menawar Petani Adanya asimetris informasi menjadi petani memiliki keterbatasan mengakses informasi secara lebih dibanding pelaku tataniaga lainnya sehingga memiliki daya tawar yang lemah.</p> <p>(d) Panjangnya Pola Distribusi Semakin banyak pelaku tataniaga yang terlibat maka akan mengakibatkan harga yang didapatkan oleh petani menjadi rendah, sedangkan sebaliknya harga yang didapatkan oleh konsumen semakin tinggi.</p>

Sumber : Data Lapangan, 2018

BAB V

PENUTUP

Pada bab V ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari pembahasan yang sudah dibahas pada bab sebelumnya dan beberapa saran. Saran yang akan dibahas terkait dengan tataniaga bawang merah di Kecamatan Sukomoro mengenai pembentukan harga akibat pola distribusi beserta permasalahannya.

5.1 Kesimpulan

Dalam mendistribusikan hasil panen bawang merah dari petani sampai kepada konsumen, terdapat beberapa pelaku tataniaga yang terlibat, yaitu : petani, tengkulak, pedagang besar, pedagang pengepul, pengecer, dan konsumen. Pendistribusian hasil pertanian dengan melalui empat pola, yaitu :

- a. Pola pertama : petani → tengkulak → pedagang besar → pengecer →
konsumen
- b. Pola kedua : petani → tengkulak → pengecer → konsumen
- c. Pola Ketiga : petani → tengkulak → pedagang pengepul →
konsumen
- d. Pola keempat : petani → konsumen

Keempat pola di atas (poin a – d), merupakan penentu bagi petani dalam mendapatkan harga atas hasil panennya. Dalam pola-pola tersebut dapat diuraikan dengan jelas pembentukan harga yang di dapatkan oleh petani bawang merah di Kecamatan Sukomoro, yaitu sebagai berikut :

- a. Tengkulak yang mendistribusikan hasil pertanian petani selanjutnya ke pedagang besar, menyebabkan tengkulak akan mendapat keuntungan yang lebih besar, sehingga harga yang diterima oleh petani akan lebih tinggi. Petani dalam pola ini merasa diuntungkan karena dapat meminimalisir biaya produksi yang ada. Namun, dikarenakan

pertimbangan tersebut yang menjadikan lemahnya daya tawar petani, sehingga harga cenderung mengikuti penawaran yang dilakukan oleh tengkulak.

- b. Pembayaran yang dilakukan oleh pengecer ke tengkulak dalam membeli hasil jual pertanian petani, menyebabkan penerimaan harga yang diperoleh petani juga berbeda. Berdasarkan fakta dilapangan terdapat dua metode pembayaran yang dilakukan oleh pengcer, yaitu : jika pengecer membayar langsung tunai maka harga yang didapatkan oleh petani akan lebih tinggi. Sebaliknya, jika pengcer membayar dengan angsuran, maka petani akan mendapatkan harga yang lebih rendah.
- c. Ketika kondisi panen raya, tengkulak yang notabennya menjadi price maker, akan memberikan harga seenaknya terhadap petani. Keterbasan media penyimpanan, keterbasan modal, dan keinginan petani untuk segera menikmati hasil pertaniannya menjadi faktor lemahnya daya tawar menawar petani, dan hal ini justru dimanfaatkan oleh tengkulak dalam menekan harga beli di tingkat petani.
- d. Petani yang mendistribusikan hasil pertaniannya langsung ke konsumen, akan mendapatkan harga dengan keuntungan yang lebih sesuai dan harga yang didapatkan oleh konsumen relatif lebih rendah daripada pola pertama, kedua, dan ketiga. Petani dalam hal ini juga memiliki keleluasaan dalam mengakses informasi harga bawang merah. Namun, adanya biaya transaksi yang harus dikeluarkan dalam mengolah hasil pertaniannya dan kurangnya sikap produktif petani menjadikan sebagian besar masih lebih memilih menjual ke tengkulak, walaupun dengan risiko keuntungan yang didapatkan oleh petani sedikit.

Semakin banyak pelaku tataniaga yang terlibat, maka akan mempengaruhi petani dalam mendapatkan harga yang sesuai. Selain itu, semakin banyak

pelaku tataniaga yang terlibat juga akan menimbulkan permasalahan yang dihadapi oleh petani, seperti : lemahnya daya tawar menawar dikarenakan adanya keterbatasan petani dalam mengakses harga bawang merah sehingga akan mempengaruhi *bargaining power* pada petani, dan adanya tingginya biaya produksi juga menjadi permasalahan bagi petani untuk bisa menjual hasil pertanian dengan harga yang tinggi agar mendapatkan keuntungan yang diharapkan.

Oleh karena itu, diperlukan adanya pola distribusi yang efisien bagi petani dan memberikan keuntungan bagi konsumen. Dimana petani mendapatkan harga yang sesuai dan konsumen mendapatkan harga yang sesuai seperti yang dibayarkan.

Dari keempat pola di atas dapat disimpulkan bahwa pola yang paling efisien menurut ekonomi kelembagaan dan dalam perspektif Islam bagi petani adalah pola keempat. Pola keempat dapat mencerminkan pendistribusian yang efisien karena petani dapat secara langsung menentukan harga dengan konsumen, sehingga meminimalisir adanya *moral hazard* yang bisa dilakukan oleh pelaku tataniaga lainnya. Selain itu, konsumen sebagai pembeli akhir juga mendapatkan harga yang relatif lebih murah, sehingga dalam pola keempat selain menguntungkan petani juga memberikan keuntungan kepada konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan, maka peneliti memiliki beberapa saran perbaikan.

1. Perlu adanya regulasi tataniaga bawang merah dari pemerintah Kabupaten Nganjuk dalam menetapkan patokan harga bawang merah minimum sampai maksimum, agar harga dapat terkontrol dengan baik dan tidak merugikan bagi petani ketika panen raya.

2. Perlunya pengawasan pedagang/tengkulak di pasar bawang merah untuk menyeimbangkan kekuatan permintaan dan penawaran terhadap bawang merah agar menjaga stabilitas harga bawang merah.
3. Agar penerimaan petani bertambah, perlu adanya penyuluhan dari lembaga informal petani gapoktan atau poktan terkait pendistribusian hasil panen petani agar tidak selalu bergantung menjual ke tengkulak.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis. 2012. *Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Arifin, Firdaus., dan Suharno. 2016. *Transmisi Harga Asimetri dalam Rantai Pasok Bawang Merah dan Hubungannya dengan Impor di Indonesia: Studi Kasus di Brebes dan Jakarta*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Kabupaten Nganjuk dalam Angka 2015*. Nganjuk: Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Kecamatan Sukomoro Dalam Angka 2017*. Nganjuk : Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. 2013. *Masterplane Kawasan Agropolitan Kabupaten Nganjuk Tahun 2013*. Nganjuk: Badan Perencanaan Pembangunan Kabupaten Nganjuk
- Baithi, Puput. 2016. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya
- Bickenbach, Frank., Kumkar, Lars, dan Soltwedel, Rudiger. 1999. *The New Institutional Economics of Antitrust and Regulation*, Kiel: The Kiel Institute of Wolrd Economics
- Brahmantyo, Awang dan Sukamto, Andreas. 2014. *Tata Niaga Bawang Merah*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya
- Dewi, Titis. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik*. Volume 4. No. 31 pp: 342-351
- Direktorat Jenderal Holtikultura, Kementerian Pertanian. 2015. *Statistik Produksi Holtikultura 2014*. Jakarta: Direktorat Jenderal Holtikultura, Kementerian Pertanian
- Febriani, Astari. 2015. *Fluktuasi Harga dan Dampaknya Terhadap Inflasi di Provinsi Banten*. Skripsi. Bogor : Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Gilarso, T. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga
- Isnanabila, Khilla. 2017. *Identifikasi Alur Distribusi Tata Niaga Dalam Pembentukan Harga Gabah atau Beras Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya

- Irawan, Bambang. 2007. Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah. Bogor : *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*. Volume 5 No.4 pp: 358-373
- Karim, Adiwarman. 2002. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers
- Khafid, Riska. 2017. Kajian Perilaku Petani dalam Budidaya Bawang Merah pada Musim Kemarau dan Musim Hujan di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Swara Bhumi*. Volume 05 No. 01 pp: 13-22
- Kustiari, Reni. 2017. Perilaku Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Indonesia. *Jurnal Agro Ekonomi*. Volume 35. No. 1 pp: 77-87
- Mayrowani, Henry., dan Darwis, Valeriana., 2007. Perspektif Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*
- Mburu, John. 2002. *Collaborative Management of Wildlife in Kenya: An Emperical Analysis of Stakeholders' Particiantion, Cost and Incentives*. Socioeconomic Studies on Rural Development. Vol. 130, Wissenschaftsverlag Vauk Kiel KG
- Mubyanto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES
- Mulyana, Dedy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja
- Munorkhim, M., Priyonggo, S., dan Bhekti, H. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Pusat data dan sistem informasi pertanian. 2013. Jakarta: Pusat data dan sistem informasi pertanian Kementerian Pertanian 2013
- Pusat data dan sistem informasi pertanian. 2015. Jakarta: Pusat data dan sistem informasi pertanian Kementerian Pertanian 2015
- Rahardi, F. 2000. *Agribisnis Perikanan*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Rasoki, Timbul., Fariyanti, Ana., dan Rifin, Amzul. 2016. Pembandingan Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Konsumsi dan Benih di Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Agro Ekonomi*. Volume 34. No. 2 pp: 145-160
- Resky, M., Zulkifli, S., dan Nurhapsa. 2017. Pola Distribusi dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Kota Parepare. *Jurnal Galung Tropika*. Volume 6. No. 3 pp: 206-212
- Satul, Ani dan Pamungkas, Adjie. Identifikasi Potensi Agribisnis Bawang Merah di Kabupaten Nganjuk Untuk Meningkatkan Ekonomi Wilayah. *Jurnal Tekniks Pomits*. Volume 2. No.1 pp: 2337-3539
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tantia, R., Sarwono, dan Ainul, H. 2012. Regulasi Tata Niaga Bawang Merah yang Berkeadilan. *Jurnal Administrasi Publik*. Volume 2. No.5 pp: 857-863
- Thaimiyah, Ibnu. 1976. *Al Hisbah fi'l Islam*. Kairo: Dar Al-shab
- Tim Penulis PS. 2008. *Agribisnis Tanaman Sayur*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Yeger, Timothy. 1999. *Institutions Transition Economics, and Economic Development*. Oxford. Political Economy of Global Interdependence
- Yustika, Ahmad Erani. 2013. *Ekonomi Kelembagaan : Paradigma, Teori, dan Kebijakan*. Jakarta: Erlangga



LAMPIRAN

Lampiran 1. Ketika melakukan wawancara dengan bapak Sukiran selaku petani bawang merah di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk



Sumber: Data Lapangan, 2018

Lampiran 2. Sawah yang ditanami bawang merah milik Bapak Sukiran yang berada di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk



Sumber: Data Lapangan, 2018

Lampiran 3. Ketika melakukan wawancara dengan ibu Gun selaku tengkulak di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk



Sumber: Data Lapangan, 2018

Lampiran 4. Gambaran keadaan pasar bawang merah di Kecamatan Sukomoro Kabupaten Nganjuk



Sumber: Data Lapangan, 2018

Lampiran 5. Bawang Merah yang di *ombyok*



Sumber: Data Lapangan, 2018

Lampiran 6. Kondisi ketika bawang merah yang setelah panen dikeringkan



Sumber: Data Lapangan, 2018